



MIYASHITA PARK

MIYASHITA PARKは常に進化を続ける渋谷のランドマークです。

1953年（昭和28年）に開設された渋谷区立宮下公園は、1960年代に東京初の屋上公園として整備されました。そして現在は公園や商業施設、ホテルなどが一体となった、誰もが楽しめる多彩な機能を持つ施設として生まれ変わりました。

所在：東京都渋谷区神宮前 6-20-10

出典：東京の観光公式サイトGO TOKYO

第1部 東京の最新情報

※以下記載の内容は、2026年5月時点の情報です。
最新の情報にご注意ください。

この別冊では、テキストでは扱いきれなかった「東京の最新情報」を紹介します。
第1部では、東京を取り巻く観光の状況や最新の東京の魅力の一部を紹介します。

2025年の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる4,268万3,800人（前年比15.8%増）となり、初めて4,000万人を突破しました。（表1）

国・地域別では、韓国、中国、台湾の順に多く、オーストラリアが初めて累計100万人を超えるなど、欧米豪地域からも、沢山の旅行者が訪れていることがわかります。（表2）



(表2) 訪日外国人旅行者数が多い国・地域

順位	国・地域	2025年 (人)	2024年 (人)	伸び率 (%)
1	韓国	9,459,600	8,817,765	7.3
2	中国	9,096,300	6,981,342	30.3
3	台湾	6,763,400	6,044,316	11.9
4	アメリカ	3,306,800	2,724,594	21.4
5	香港	2,517,300	2,683,391	-6.2
6	タイ	1,233,100	1,148,848	7.3
7	オーストラリア	1,058,300	920,196	15.0
8	フィリピン	885,100	818,659	8.1
9	シンガポール	726,200	691,226	5.1
10	カナダ	688,000	579,445	18.7

出典：日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数」

こういった状況等も踏まえ、国では2026年3月、2026年度から2030年度までを計画期間とする「観光立国推進基本計画（第5次）」を公表しました。この計画では「観光の持続的な発展」「消費額拡大」「地方誘客促進」「観光と交通・まちづくりとの連携強化」「新技術の活用・本格展開」の5つを施策の方向性として位置づけています。

第1部 東京の最新情報

また、国の施策の柱の1つに「インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立」を掲げていることも特徴の1つです。

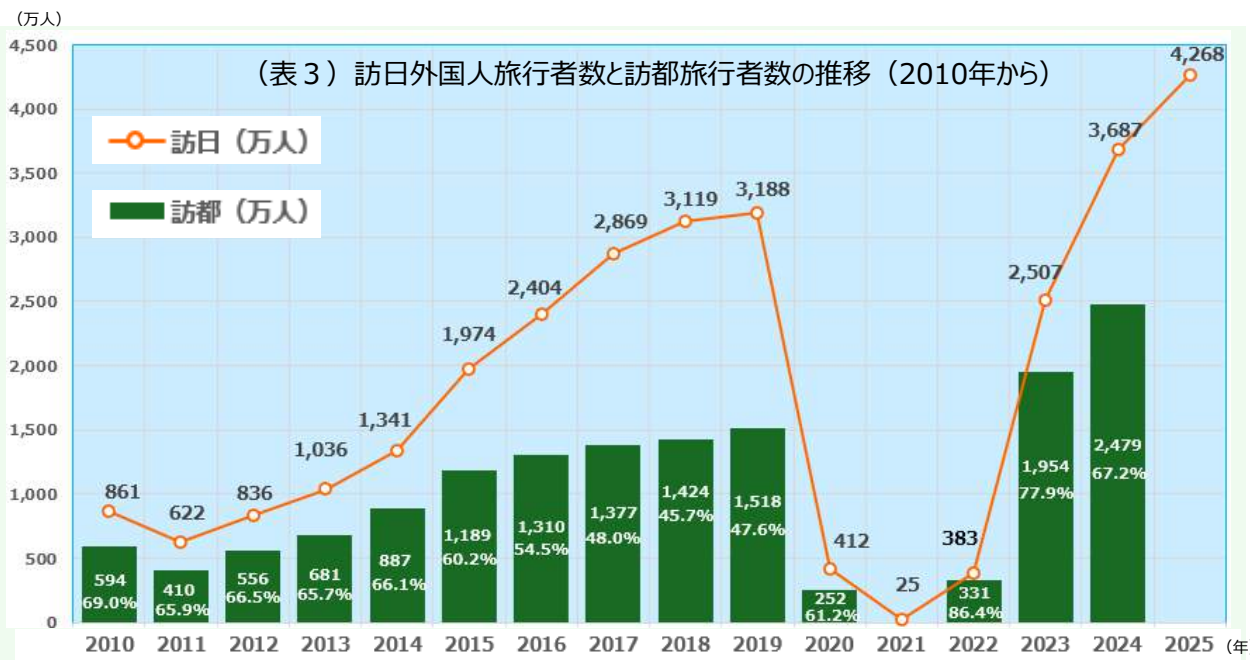
具体的には、局所的・地域的に生じている混雑・マナー違反等の個別課題への対応（民泊関係含む）や東京以外の地方への誘客を進めるための広域的な体制の整備といった取組となります。

以上を踏まえ、ここからは東京に目を向けます。

まず始めに、日本を訪れた人の何割が東京を訪れ、どこで何を楽しんでいるのでしょうか。

東京都がまとめている「2024年（令和6年）東京都観光客数等実態調査」によると、2024年に東京を訪れた外国人旅行者数は約2,479万人で、これは訪日外国人旅行者数約3,687万人の67.2%となっています。つまり、日本を訪れた外国人旅行者のうち、6割以上が東京を訪れていることとなります。

なお、先ほどの表1の訪日外国人旅行者数の推移グラフに、東京を訪れた数の割合の変化を加えると、次の表3のようになります。



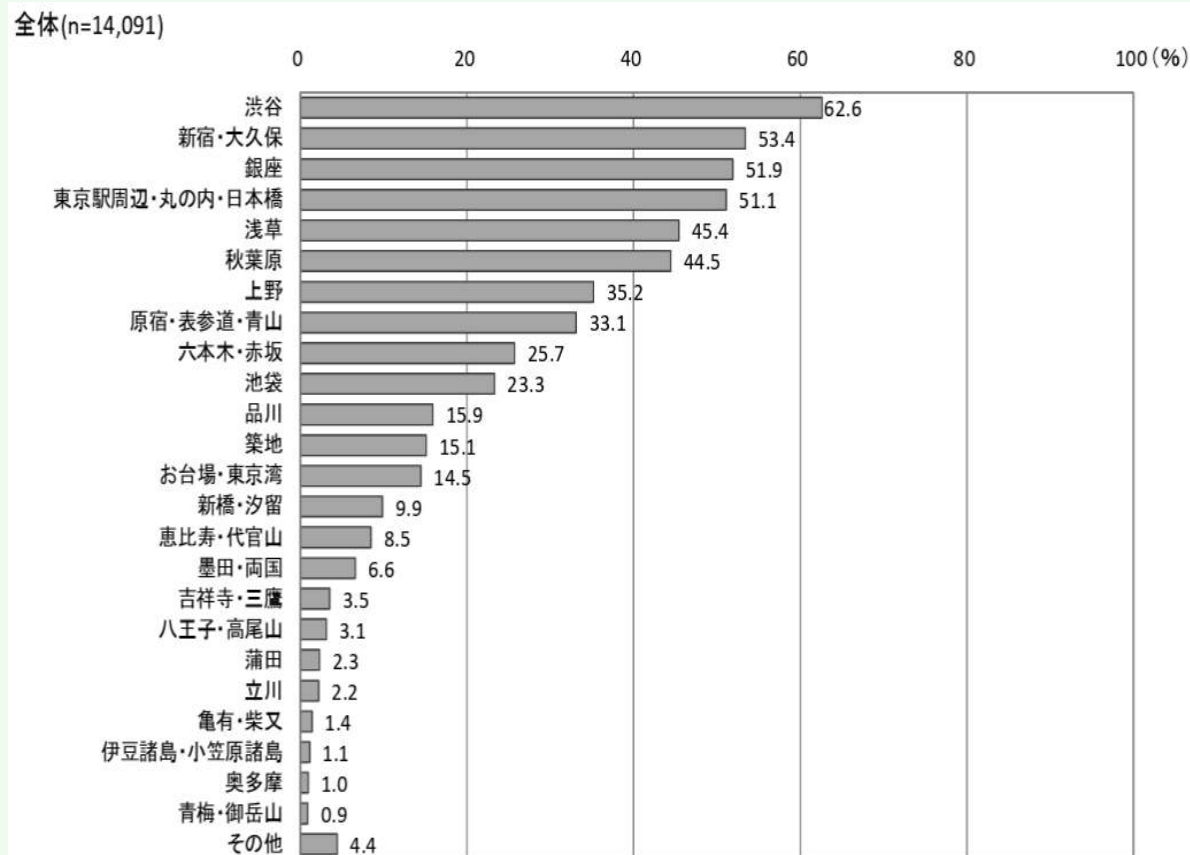
出典：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」及び2024年（令和6年）東京都観光客数等実態調査より東京観光財団作成

では、この東京を訪れた外国人旅行者は、都内のどこを訪問しているのでしょうか。「2024年（令和6年）国・地域別外国人旅行者行動特性調査」によると、最も多いのが「渋谷」（62.6%）、次いで「新宿・大久保」（53.4%）、銀座（51.9%）となっています。（表4）

また、訪問目的としては「食事を楽しむ」（76.3%）、「高層ビル、近代的な街並み・景観・建築物を楽しむ」（45.9%）、「伝統建築を訪れる、伝統的な街並みを楽しむ」（45.7%）の順となっています。（表5）

第1部 東京の最新情報

(表4) 訪問した場所



出典：東京都「令和6年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査」

(表5) 訪都目的



出典：東京都「令和6年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査」

第1部 東京の最新情報

東京都では現在、2024年度から2026年度までを計画期間とする「PRIME観光都市・東京都観光産業振興実行プラン」を進めています。本プランでは、復活した観光需要の積極的な取り込みや、観光における持続可能性の確保などを基本方針として掲げています。

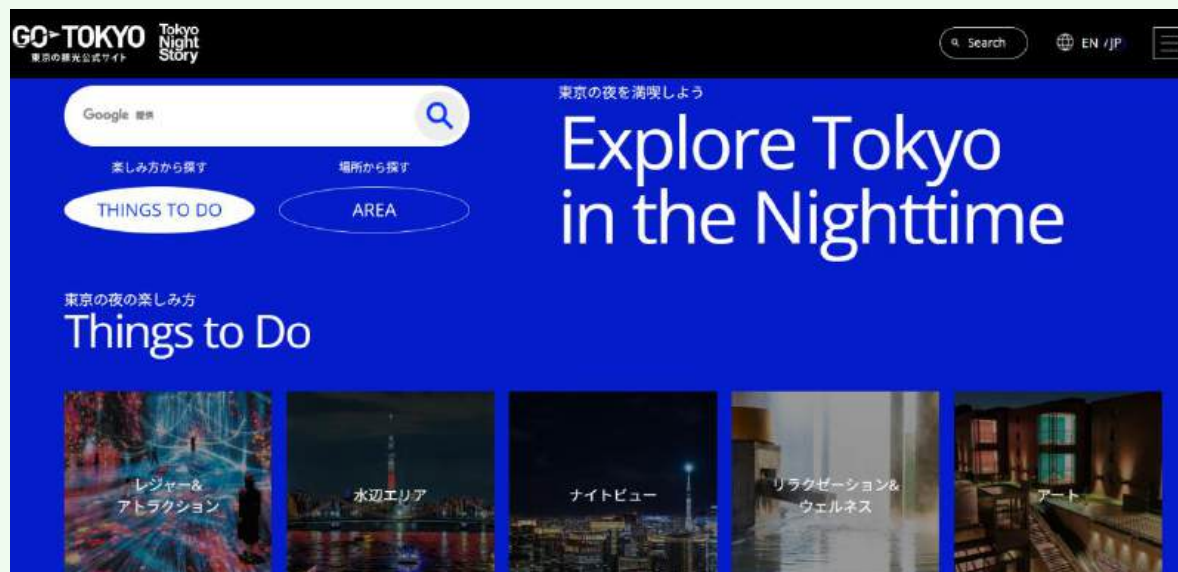
また、2026年2月に開催された「東京の観光振興を考える有識者会議」では、「今後の東京の観光振興に向けた施策について」の資料において、ナイトタイム観光の推進や江戸の歴史・文化を活かした観光の推進の状況、また、観光と都民生活の調和に向けた取組の重要性、さらに宿泊税の見直しに関する記載がありました。

ここでは、最近の主な取組を3つ紹介します。まず1つ目に紹介するのはナイトタイム観光の推進についてです。東京都と東京観光財団では、2025年9月に、旅行者に東京の夜の魅力を発信するウェブサイト「Tokyo Night Story」を開設しました。都心や水辺といったエリアごとの楽しみ方、またアートや食といったテーマごとの夜の魅力を国内外の旅行者に発信するだけでなく、東京の夜を安心安全に楽しむための方法（例：一部地域における路上飲酒の禁止、ゴミの持ち帰り等）も掲載しています。

ウェブサイト「Tokyo Night Story」 <https://www.tokyonightstory.com/>



このサイトでは、東京の夜を楽しむモデルコースや最新のイベント情報を紹介。テーマやエリアごとに観光スポットを検索することもできます。



第1部 東京の最新情報

2つ目にご紹介するのは、江戸の歴史・文化を活かした観光振興の取組についてです。2025年度から東京観光財団でスタートした事業では、現在、次の3つの取組を実施しています。

八王子車人形 | 国指定 重要無形民俗文化財



出典：ウェブサイト「江戸わんだーとりっぷ」

八王子桑都千景推進協議会では、「桑の都」と称された八王子の歴史的背景と、江戸文化が息づく多彩な文化資源を活かし、江戸の粋と未来を紡ぐ取組を進めています。

増上寺経蔵 | 都指定 有形文化財



出典：ウェブサイト「江戸わんだーとりっぷ」

また、港区江戸文化共創協議会では、約260年にわたり戦争のない社会を維持した江戸時代「徳川政権」の歴史に光を当て、港区の関連文化財を通じて江戸を追体験する取組を進めています。

日本橋 | 国指定 重要文化財



出典：ウェブサイト「江戸わんだーとりっぷ」

さらに、中央区・港区江戸の文化財活用推進協議会では、江戸の商いの中心地である日本橋地域や都市の構造を伝える史跡、水辺の暮らしに関わる文化財などをめぐるまち歩きツアーなどを実施しています。

最後の3つ目にご紹介するのは、23区の都心部、多摩地域、島しょ地域のそれぞれで実施している地域資源の発掘・磨き上げの取組についてです。国では、東京以外の地方への誘客を進めるための計画を掲げていますが、東京でも、まだまだ旅行者に知られていない地域の魅力を磨き上げ、新たな人の流れを作り出す取組を進めています。

はじめに、台東区にある浅草では、エリアとしての滞在時間や観光消費額の伸び悩み、また日中時間帯における浅草寺周辺の一極集中といった課題を抱えている一方で、江戸の時代から受け継がれてきた伝統と格式を誇る浅草花柳界が、今もなお息づいていることから、浅草花柳界における「お座敷」体験招待プログラムの実施を通じて、高付加価値コンテンツへの需要に応える受入体制の構築を目指すとともに、浅草における滞在性の向上を実証する取組を実施しました。



モニターツアーでの浅草太鼓の披露



モニターツアーでの説明時の様子

第1部 東京の最新情報

次に、多摩地域の小金井市では、都心に近いにも関わらず多くの農地が残っていることから、これまで市内で実施してきた農業体験を、小金井市発のトレーディングカード「やさいじん」の世界観を活用した観光プログラムとして磨き上げる取組として実施しました。本取組では市内だけでなく市外からも都民が集まり、単なる農業体験だけでなく、都市農業が持つ防災、景観形成といった重要な役割も併せて学べる機会となりました。 関連URL： <https://yasaijin.jp/>



都市農業の機能について学ぶ



住宅地の真ん中に位置する農地での収穫体験



出典：やさいじん-公式ホームページ

最後に、島しょ地域の式根島では、夏に観光客が集中し、秋から春にかけては来島者が少ないこと、また夏の時期においても一人あたりの消費額が低迷していることから、式根島独自の観光資源「海中温泉」を新たなプログラムとして開発し、夏の時期以外の来島者増加と消費額の向上に向けた取組を実施しました。ダイバーを重点的なターゲットとしたツアーを新たに開発し、モニターツアー後も、多くの送客に繋がっています。 関連URL： <https://onsendive.tokyo/>



海中温泉の様子



温浴するウミガメの様子

以上のように多様な取組が都内各地域で行われており、東京の魅力は進化を続けています。各地域での取組に加え、2027年度以降の東京都の新たな観光産業振興計画にも期待が高まります。

第2部 地域の魅力発信

第2部では、東京都の各地域に暮らす人たちから見た「いまのまちの魅力」を紹介します。

東京都ではこれまで、シンボルマークの制定をはじめ、都民の鳥、都の木などを決定してきました。



左のシンボルマークは、東京都の頭文字「T」を中央に秘め、三つの同じ円弧で構成されています。



都民の鳥「ユリカモメ」は羽は白く、くちばしとあしが朱色です。



都の花「ソメイヨシノ」は、江戸末期から明治初期にかけ、染井村(現在の豊島区駒込)に住んだ植木職人がヤマザクラの品種を改良したといわれています。



都の木「イチョウ」は公害や火にも強いいため、街路樹としても使われています。

出典：<https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/tokyoto/profile/gaiyo/monsho.html>

現在は、東京の魅力を国内外にPRするため、「Tokyo Tokyo」を活用した取組を進めています。

「Tokyo Tokyo」は、東京の魅力を国内外にPRするアイコンです。旅行地としての東京を強く印象づける「東京ブランド」の確立に向けた東京都の取組の中で誕生しました。

筆文字のTokyoとゴシック体のTokyoは、江戸から続く伝統と最先端の文化が共存する東京の特色を表現しています。そうした部分をOld meets Newでも重ねて強調しています。

出典：<https://tokyotokyo.jp/ja/about/>

次ページ以降では、この「東京ブランド」の考え方を参考に、各地域に暮らす人たちから見た「いまのまちの魅力」を紹介します。

地域の魅力を是非、再発見してみてください。

第2部 地域の魅力発信

「私のまちの魅力について」

一般社団法人 墨田区観光協会

一般社団法人墨田区観光協会は、東京スカイツリー®開業を控えた2009年に前身の「墨田区文化観光協会」を発展的に解散、一般社団法人化し17年目を迎えます。2018年に都内初の地域DMOに登録され、活動しております。当協会では、区民、地域の事業者や団体と観光情報の発信や体験コンテンツの造成、観光客の受入環境整備などを通じて、墨田区の観光振興を推進しています。



“本物が生きる街 すみだ”



墨田区の様子

東京スカイツリー®がある墨田区には、相撲や芸者文化、葛飾北斎、伝統工芸、隅田川花火大会など、江戸から続く文化が今も息づいています。墨田区全体で職人技や歴史ある風景に触れられる点が、国内外から訪れる人々を惹きつけ、現代の東京においても“本物”に出会える場所として注目を集めています。

おかえり！ えどはく！



江戸東京博物館の様子

約4年の休館を経て、江戸東京博物館が2026年3月31日にリニューアルオープンいたしました。展示や様々なコンテンツがさらに魅力的に刷新されました。江戸から現代までの東京の文化を体感できる拠点として再び注目を集めています。3階江戸東京ひろばでの映像投影上映により、ナイトタイムエコノミーへの貢献も期待されます。

第2部 地域の魅力発信

「私のまちの魅力について」

狛江市観光協会



「水と緑のまち 狛江」を盛り上げる狛江市観光協会です！狛江駅前の泉龍寺や多摩川の自然を大切にしながら、市内外の方に「狛江っていいな」と思ってもらえる活動をしています。

そして、私たちの一番の自慢は「狛江・多摩川花火大会」。迫力満点の花火は、夏の最高の思い出になります。他にもロケ地巡りや特産品PRなど、街がにぎわうような情報もInstagramで発信中です。

歴史ある多摩川で過ごす狛江時間



リバーサイドフェス・TAMARIBAの様子

狛江市の南端を流れる多摩川には、かつては屋形船や観光ボートが浮かび、川沿いで鮎料理を楽しめる料亭「玉翠園」も多くの人で賑わっていました。

そんな歴史を引き継いで、今は「多摩川で過ごす狛江時間」をコンセプトにした“かわまちづくり”が進行中！ 去年は1万5,000人以上が来場したリバーサイドフェス・TAMARIBAや、地元の酒屋さんが開催した芋煮会など、官民が連携して多摩川を盛り上げています。

新たな狛江時間「多摩万葉大茶会」



多摩万葉大茶会の様子

「近代日本 資本主義の父」渋沢栄一が再建に尽力した「万葉歌碑」が鎮座する多摩川沿いで、2026年から始まった注目の新規事業が「多摩万葉大茶会」です！

多摩川の川辺で、華やかな万葉衣装のパレード、箏の演奏を楽しみながらのお茶会、能の上演、ゲストトーク、万葉歌碑のガイドツアー、さらには万葉衣装の着用体験まで、内容は盛りだくさん！桜が舞い散る多摩川での特別なひとときを、ぜひお楽しみください。

第2部 地域の魅力発信

「私のまちの魅力について」

小笠原村観光局

私たちの役割は、本土から遠く、船便しかない小笠原諸島のPR活動を、関係機関と連携しつつ、内地で機動的に行うことです。

具体的には旅マエ施策として、宣伝部長「おがじろう」とともに展示会等への出展、小笠原アカデミーの開催、SNSでの情報発信等を、旅アト施策として、クチコミ情報のフォロー・拡散、島やリピーター同士のつながりを維持するアンバサダープログラム等の運営等を行っています。



©小笠原村観光局

エコツーリズム実践の先駆け



©小笠原村観光局

1988年に日本で初めて行われたホエールウォッチングは、野生のクジラを間近で観察できる自然体験として、現在も幅広い世代に人気があります。

特に冬季、小笠原諸島近海で見られるザトウクジラのブリーチング（ジャンプ）や親子が寄り添って泳ぐ姿は、何度見ても飽きることがありません。

また、1989年にはクジラへの影響を考慮した自主ルールが制定され、エコツーリズム実践の先駆的事例として評価されています。

島食材を活用した朝食用冷凍弁当



©小笠原村観光局

コンビニが無く、朝食営業の店も少ない中、父島では素泊まり宿が増え、朝食の確保に悩む観光客が増加傾向でしたが、（一社）小笠原村観光協会が島内宿泊業者や東京観光財団の協力を得て、島食材を使った朝食用冷凍弁当を完成させ、2026年春、複数の宿で提供が始まりました。

母島には路線バスが無く、レンタカー等も不足気味で、観光客の移動手段が限定的でしたが、2025年夏からドコモシェアサイクルが利用できるようになりました。