

基本的な考え方

- ▶ 観光産業の振興を図っていくためには、地域において旅行者にとって魅力と
感じられる新たな価値を創出し、旅行者に提供していくことが重要であり、
それによって何度訪れても楽しめる東京の実現を目指す。
- ▶ 外国人旅行者誘致を強化し、東京の観光資源を海外に向けて積極的に売り込
んでいくため、外国人を強く引き付ける資源の開発・魅力の発信を推進する
地域を支援していく。
- ▶ 都内では、観光協会の設立が進むなど、各地域で観光産業振興の気運が高
まっており、観光による地域の活性化を進める好機である。こうした取組
は、地域が一体となって進めていくことが不可欠であり、都は地域自らが主
体となった自立的かつ持続的な取組を支援していく。
- ▶ 地域における観光産業振興に向けた取組の進み具合（発展段階）に応じた支
援を戦略的に実施し、その実施主体（観光協会等の観光関連団体、民間事業
者など）の育成や、旅行者を引き付け、来訪につなげる取組を促進していく。
- ▶ 景観、伝統・文化、産業、食、スポーツ、水辺、自然など、東京における特
色ある資源を対象とした取組を着実に推進していく。
- ▶ 旅行者にとっての魅力は、観光を直接の目的としない都市づくりの取組から
も生み出されている。したがって、人々を引き寄せ、にぎわいを創出する
という視点から様々な取組を進め、東京の魅力を高めていく。

施策1

地域振興の新たな展開

現状・課題

1 外国人旅行者を引き付ける資源開発の強化が必要

- 外国人旅行者の増加、それに伴うF I T（個人旅行）や再来訪（リピート）の増加
などを踏まえて、更なる旅行者誘致を図るためには、外国人にとって魅力的な地域
資源の一層の活用を進めていくことが重要である。

- また、東京にはさながら万華鏡のように多様で豊富な資源が存在しているが、それゆえに地域の魅力が鮮明なイメージとして海外に発信しきれていない。
- したがって、外国人旅行者の旅行意欲の喚起に向けた観光資源の開発や発信を強化し、地域における取組を進めることにより、旅行目的地としての東京全体の魅力を高めていくことが必要である。

2 地域資源を活かしきれておらず、魅力ある資源が埋没

- 東京は、豊富で多様な観光資源があふれている一方、国内外の旅行者を引き付ける価値のある地域資源が埋もれたままになっているなど、そのポテンシャルを未だ十分に活かしきれていない。
- とりわけ観光から地域の活性化を図っていく動きを更に加速していくことが重要であり、積極的な支援を実施していく必要がある。

3 観光産業振興に向けた地域の取組は様々な状況

- 東京の各地域における取組の進み具合や、実施主体の成熟度、地域における意識や課題など、観光産業振興の発展段階は様々である。
- 観光地を観るだけの観光から、地域を楽しむ観光、地域の人々とふれあう観光、地域固有の生活や産業を体験する観光へと旅行者のし好が変化しており、これまでの都の施策が必ずしも地域のニーズに対応しなくなっていることから、実効性ある支援を実施できるよう施策を見直す必要がある。
- さらに、若者や地域外の第三者などの様々な視点や価値観、新鮮な感性で地域を観察することにより、これまで地域が気付かなかった着想やそれに基づく取組を引き出すことも大切である。

施策展開

1 外国人旅行者誘致に向けた資源開発

- ▶ 東京の持つポテンシャルの高い地域や資源について、その個性を際立たせる取組を支援するとともに、海外へその魅力を発信するなど、東京を象徴するブランドとしての価値を高めていく。
- ▶ 東京全体の魅力向上につながるような地域の取組を支援し、外国人旅行者を魅了し続ける東京を実現していく。
- ▶ 民間事業者等と幅広く連携するなど、新たな東京の魅力を海外におけるプロモーションにつなげる仕組みを構築する。

- 🚩 ● マーケティング調査（戦略1参照）や海外プロモーション等により把握した外国人旅行者のニーズと、東京が持つ観光資源のポテンシャルを踏まえ、海外において東京の大きな魅力となる地域や資源を明確化して、東京のブランディングを推進し、プロモーションに活用していく仕組みを強化する。

旗 ● 具体的には、近代的な都市景観をはじめ、水辺、夜景など東京を象徴する様々な景観や、歴史・文化、食、アニメ、ファッションなどをプロモーションツール（海外プロモーション等における素材）として活用し、海外に向けて効果的に発信することにより、外国人旅行者を魅了する地域や資源のブランド価値を高めていく。

旗 ● 旅行事業者や宿泊事業者だけでなく、小売や飲食など広く外国人旅行者の誘致に取り組む民間事業者等との連携を拡大し、海外プロモーションにおいて活用する資源の開発や、そうした資源による東京全体の魅力創出を促進していく。また、外国人旅行者の旅行意欲を高める商品や観光ルートの開発、情報発信などに積極的に取り組む地域や民間事業者を支援していく。

● 地域が主体的に実施するイベントや観光スポットの創出、イルミネーションや装飾によって街並みを彩る取組など、外国人旅行者を誘致する様々な取組を東京の魅力の発信につなげる観点から支援していく。

《街並みを彩る取組例(イルミネーション)》



旗 ● 外国人旅行者に特に魅力的と思われる地域や資源を絞り込み、新たな施策を短期的・集中的に投入する「モデル地区」を設定し、外国人旅行者を引き付ける観光資源の開発とその魅力の発信、受入環境の充実を検討していく。その際、旅行者の満足度や利便性の向上度合いなどの施策効果を検証し、都内他地域への波及を図っていく。

● アジアヘッドクォーターに向けた取組として、臨海副都心を世界トップレベルのMICE・国際観光拠点へと発展させていくため、民間事業者の創意工夫を活用し、MICE機能や国際観光機能の充実、海外企業誘致に資する事業を支援することにより、開発を促進していく。〔再掲〕

● FITや再来訪する旅行者（リピーター）などの増加に伴い、わが国固有の生活文化や習慣、日本人にはありふれた日常的なスポットなどへの関心も高まっている。こうした旅行者に強く訴求し、何度訪れても楽しめる東京を実現するため、ニッチな地域資源（観光の対象として考えられていないが、今後、潜在的な需要を掘り起こす可能性がある資源など）を開発する取組について強化していく。

2 観光振興の発展段階に応じた資源開発

▶ 観光産業振興に向けた取組の進み具合や、抱えている課題等は地域によって様々であることから、地域自らの発想・創意工夫に基づく取組について、柔軟な支援を実施していく。

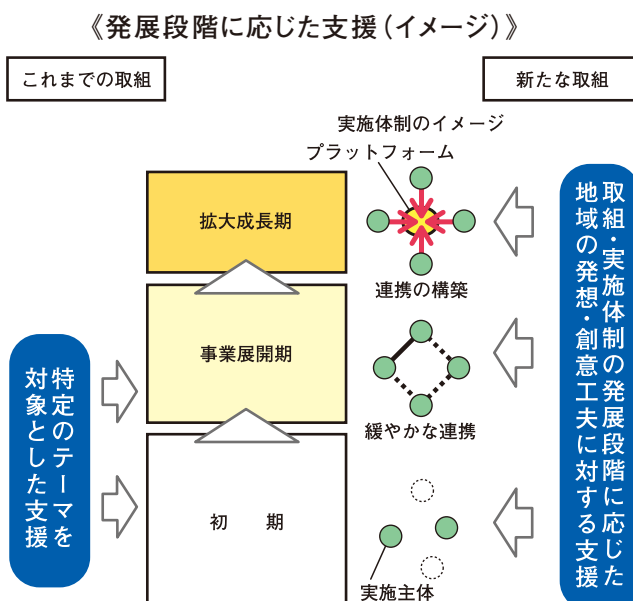
▶ また、こうした地域の取組を担う主体を育成していくとともに、各主体・地域・産業間における連携を促進することにより、地域の力を高め、実効性のある取組を進めていく。

(1) 観光まちづくりに着手する地域への支援

- 東京には、観光の重要性を感じながらも、具体的な実施手法や実施体制が整っていないなど、観光産業振興の初期段階にある地域が少なくない。これらの地域に対しては、観光まちづくりの専門家などをアドバイザーとして派遣し、地域資源の掘り起こしや活用プランの策定、実施体制の構築などについて支援体制を充実する。

- 観光産業振興に向けた取組は実施しているものの、一過性にとどまり、効果的・継続的な取組につながっていないケースも見受けられる。このような地域に対しては、豊富な経験を持つ民間事業者等の商品化ノウハウを活用して、地域資源を観光イベントの開催や特産品の開発、着地型旅行商品¹の造成などにつなげ、具体的な誘客に至る流れを着実につくる取組を展開していく。

- 着地型旅行商品の造成や、その販路開拓に向けて、観光協会等の観光関連団体と旅行事業者、旅行メディアなどをマッチングする取組（トラベルマートなどの商談会等）を推進していく。



(2) 多様な主体が連携して進める地域振興

- 地域における観光産業振興に向けた動きを加速させていくために、地域の取組の担い手となる観光協会等の観光関連団体、民間事業者などの実施主体の育成や、それらが協働する枠組み（プラットフォーム）の立ち上げについて、区市町村と連携しながら支援していく。
- 地域の取組におけるフィージビリティ（実現の可能性）を測るとともに、事業スキームや実施体制、資金繰りなどについて経営の視点から指導・助言するサポート体制を構築し、実施主体に対する実践的な支援を行っていく。

(3) 地域力の結集による新たなステージへの展開

- 観光産業振興の取組が定着しつつある地域については、異なる産業間の連携を図るなど、行政、観光協会、商工団体、農業団体、NPO、商店など、地域の様々な主体が連携したプラットフォームを育成・強化する。こうした地域力の結集により、付加価値の高い着地型旅行商品の造成や、農商工連携等による特産品の開発・販路開拓など、新たな観光の創出につなげていく。

¹ 着地型旅行（観光）とは、旅行者を受け入れる地域（旅行目的地）が、その地域の持つ観光資源を活かして企画する旅行の形態を指す。ここでは、こうした着地型旅行を商品化したものを着地型旅行商品と捉え、地域に精通した実施主体が、独自性の高い企画を提案することを想定する。

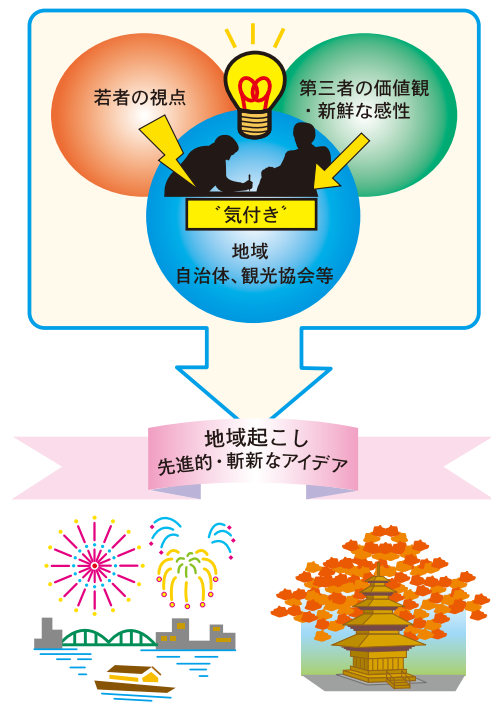
3 様々な視点や新鮮な感性によるイノベーション（革新）

- ▶ 地域の取組は、地域自らの発想や創意工夫が基本となるが、一方で、新たな視点や感性による着想・ノウハウなど、地域における気付きを促すことも重要であることから、若者や地域外の第三者など様々な視点を取り入れた取組を促進する。
- ▶ トップランナーとなる地域モデルを創出し、都内各地域への波及効果を引き出すなど、地域における観光産業振興の底上げを目指す。

- 地域資源の潜在的な価値の発見と新たな力の創出につながる“気付き”を促すため、常識を覆す新鮮な感性が期待できる若者の視点や地域外の第三者のアイデアなどをくみ上げる仕組みをつくる。
- 地域の担い手となるリーダーやコーディネーターなどの観光人材を育成していくため、大学等の教育機関と連携し、必要な知識やスキルを身に付けるための教育プログラムの開発、公開講座やワークショップの実施等を検討していく。
- 観光協会等における大学生インターンシップの受入機会を創出し、学生の体験実習の場とするとともに、教育機関が持つ知識・情報の活用や、地域との人的ネットワークの構築などを進め、将来の地域活性化の新たな担い手を育成していく。
- 大学が有する人材や知見の活用により、地域が抱える課題を解決するための仕組みづくりを検討し、人と情報の相互交流・協働を促進させ、地域の取組を担う観光協会等の底上げを図っていく。

- 観光の視点からまちづくりを実施している都内の先進事例を紹介する「東京都観光まちづくり取組事例集」を作成するとともに、セミナーやシンポジウム、交流会などを開催し、地域における活動の活性化を図っていく。
- また、それらの活動をウェブサイトや旅行メディア等を通じて発信し、都内各地域への普及・啓発を図っていく。

《新たな気付き、視点のイメージ》



《東京都観光まちづくり取組事例集》



東京の10の情景（イメージ）

- 東京は、政治・経済の中心であるだけでなく、江戸以来の伝統、四季折々の祭りや風物、最先端の都市機能、質の高い生活空間、品揃え豊富な商業施設、世界に誇れる食文化、幅広い産業の集積、様々な美術や芸術・芸能、アニメなどのポップカルチャー、都会の身近にある自然環境など、数え上げればきりが無いほどの多彩な顔を持っています。
- また、約1,300万の人口を抱える都内には、個性あふれる数多くの地域が存在し、それぞれの魅力が、東京という都市の多様性を生み出しています。
- 世界の外国人旅行者を引き付ける東京の10の情景の例をイメージしてみました。

今に生きる歴史や伝統、江戸の粋



最先端の近代都市、歴史を刻んだ景観



水辺の賑わい、潤いのある空間



多彩な食文化、上質な商業地



ポップカルチャーの聖地



ビジネス街と繁華街



先端ファッションと、洗練された空間



文化的な空間、質の高い生活環境



都心に身近な豊かな自然



首都にある世界自然遺産



コラム Column

観光まちづくりとは

- 全国的に「観光まちづくり」という言葉が浸透しています。観光まちづくりとは、自然・文化・歴史・産業・人材など、地域のあらゆる資源を活かして、来訪者（旅行者）と住民など人々の交流を生み出し、地域の活性化につなげるまちづくりの活動です。
- よく「住んでよし、訪れてよし」と言われます。つまり、旅行者が何度も訪れ、楽しめる魅力的なまちでは、住民にも自らの地域に対する誇りや愛着が生まれ、その結果、地域が活性化し、更にまた旅行者が訪れるという好循環が形成されていくということです。
「住んでよかった」という地域は「訪れたい地域」になっていきます。こうした流れを生み出していく取組が、観光まちづくりです。

《長野県小布施町》



《大分県豊後高田市》



先進事例を紹介する「観光まちづくりシンポジウム」の開催

- 観光まちづくりは都内の各地域でも進んでいます。各地域の取組状況を見ると、既に観光地として知名度は高いものの、もっと多くのお客さんに来てもらおうというものから、観光資源と呼べるものがあるか明確でなく、その掘り起こし・発見から始めるものまで様々です。こうした取組は、それぞれの地域や観光まちづくり団体などが、試行錯誤を繰り返しながら進めていますが、地域間・団体間での情報共有やネットワーク化ができれば、もっと効果的に進むようになるかもしれません。

《「まち歩き」をテーマにしたシンポジウム》



- そこで都は、各地域における取組の中から他の地域にとって参考となる事例を紹介する「観光まちづくりシンポジウム」を平成21（2009）年度から毎年開催し、観光まちづくりに関する情報やノウハウを共有して、地域の活性化を目指す様々な取組を後押ししています。

《めぐろ観光講座における「まち歩き」の様子
（めぐろ観光まちづくり協会）》



- シンポジウムでは、観光資源の掘り起こしや活用方法、満足度の高いまち歩きガイドツアーのコツなど、どの地域でも参考になりそうな身近なテーマを設定し、自治体の職員や観光まちづくり団体のスタッフをはじめ、旅行事業者、学生など、幅広い方々が参加する取組として回を重ねています。

施策2

魅力ある都市景観の形成

現状・課題

1 我が国の首都に相応しい都市景観を創出し、東京の価値を高めることが重要

- 都市における観光を構成する要素として、景観の持つ意味合いは非常に大きく、首都に相応しい風格のある美しい都市景観を創出することにより、東京の価値を高めていく必要がある。

2 歴史を感じさせる街並みの継承や、周辺景観と調和した街並みの形成が重要

- 江戸期や明治・大正・昭和期の名残をとどめる建造物や景観は、その時代の記憶を後世に引き継ぐ貴重な資源である。こうした資源を保全・活用して、歴史的景観を継承し、観光地として魅力を高めていくことが重要である。
- 建築物の形態や色彩等に街並みとしての調和を高めるなど、更なる良好な景観形成が重要である。

施策展開

1 首都・東京に相応しい風格ある景観の形成

- ▶都市開発諸制度¹等を活用して計画される建築物等の形態・意匠・色彩等の誘導や、電線類の地中化（無電柱化）などの取組を促進し、良好な都市景観を形成する。

- 🚩●皇居周辺の風格ある景観誘導など、地域の特色を生かした首都に相応しい景観形成に取り組んでいく。

- 大手町・丸の内・有楽町地域では、公民協調により、観光にも配慮した歴史的建造物の保存・復元などによる景観形成や国際ビジネス拠点の形成を推進していく。
- 東京駅丸の内駅舎の復原、駅前広場の整備などにより、首都の顔として相応しい風格のある景観を形成する。

¹ ここでは総合設計、高度利用地区、再開発等促進区を定める地区計画及び特定街区の4制度を指す。

- 我が国の政治、経済、文化の中心的な役割を担うセンター・コア・エリア¹内や利用者の多い主要駅周辺などで無電柱化を推進し、東京を訪れる人々を魅了する風格ある景観の創出を図っていく。

2 歴史・文化を活かした街並みの形成

▶ 歴史的建造物や文化財などを活用した地域のまちづくりや観光エリアの構築に取り組むとともに、文化財庭園の復元や歴史ある公園の再生等を進め、その魅力や価値の向上を図っていく。

- 都選定歴史的建造物²や都指定文化財³の周辺地域における建造物の外観の改修や、案内標識等の整備、地域のPRなどを支援することにより、国内外の旅行者を引き付け、回遊性を向上させる魅力的な観光エリアを構築していく。さらに、そうした取組を先進事例として紹介するなど、都内に幅広く普及啓発をしていく。

《葛飾柴又の街並み》



- 新宿御苑などの文化財庭園等の周辺における景観誘導に取り組むとともに、都選定歴史的建造物の保存や、その周辺を含めた地域のまちづくりとの連携により、歴史的景観の形成を推進する。
- 「上野恩賜公園再生基本計画」（平成21（2009）年9月策定）に基づき整備を推進し、観光拠点としての魅力を向上させるとともに、日本の顔となる「文化の森」として再生する。
- 浜離宮恩賜庭園や小石川後楽園等において、戦災等によって失われた建造物を復元するなど、庭園の本来の姿をよみがえらせることで、文化財としての価値を高めるとともに、日本文化の魅力を向上させ、世界からの来客をもてなす庭園として再生していく。

3 水と緑による美しい都市の形成

▶ 市街地における緑化や街路樹の整備等により、潤いある景観を確保するほか、河川や丘陵などの自然環境を保全し、水と緑のネットワーク化を図るとともに、緑あふれる街並みや公園の整備など、良好な景観形成を進めていく。

1 おおむね首都高速中央環状線の内側のエリア

2 歴史的な価値を有する建造物（歴史的建造物）のうち、景観上重要であるとして東京都景観審議会の答申と所有者の同意を得て都が選定したもの（文化財を除く）

3 都有形文化財、都無形文化財、史跡等を総称したもの

- 新設道路での植栽、既設道路での街路樹間への植栽を進めるなど、緑の量が豊かで美しい「魅せる街路樹」を実現し、都立公園等の緑の拠点を幹線道路の街路樹で結ぶ「グリーンロード・ネットワーク」の形成・充実を図っていく。
- 都心等の大規模公園や、隅田川、多摩川、神田川等の河川、崖線、丘陵地など、東京を特徴づける良好な景観を形成する緑を保全・創出するとともに、街路樹や都市開発等で新たに創出される緑を調和させ、ネットワーク化を図っていく。
- 道路や河川など緑を軸として、周辺のまちづくりにおいて、緑あふれるオープンスペースや良好な景観を創出し、広がりや厚みのある緑を形成する。
- 良好な自然の保全や緑の骨格を形成する都立公園の整備を進めていくとともに、身近な緑の拠点となる区市町村立公園の整備等を支援していく。
- 品川駅周辺地域におけるまちづくりでは、運河沿いのにぎわいのある特徴的な景観形成や歴史的資産の保全を進める。

コラム Column

首都・東京の景観形成「東京駅丸の内口周辺の取組」

- 平成24(2012)年に復原されたJR東京駅丸の内駅舎は、その歴史を感じさせる美しい外観を一目見ようと、連日、大勢の人々でにぎわっており、東京の大きな観光資源となっています。

《東京駅丸の内口の景観》



- また、東京駅前に平成24(2012)年に竣工した日本郵便株式会社のJPタワーは、歴史的建造物である旧東京中央郵便局の姿を一部保存することで歴史的な景観を継承し、JR東京駅丸の内駅舎とともに、首都東京の顔を形成しています。
- このように、東京駅周辺では、こうした歴史を感じさせる景観と、駅から皇居に向かって伸びる行幸通り、周辺に林立する近代的なオフィスビル群などが融合した風格ある景観を形成しています。
- 首都として相応しい魅力的な景観を形成していくには、先人から受け継いだ歴史や文化など世界に誇れる東京の価値を都市づくりの取組に巧みに活かし、更に高めていくことが何より大切ではないでしょうか。

施策3

東京の産業や食を活かした観光

現状・課題

1 観光資源としての価値が豊富な東京の産業

- 日本経済の中心である東京には、巨大消費地を背景に多種多様な産業が集積している。
- 近年、地場産業や伝統工芸の製造工程の見学、農園での農業体験など、観光とは関係なく営まれている産業活動を観光の目的とするような動きが増加している。
- さらに、東京の主要な産業の一つであるアニメや映像などのコンテンツ産業に関し、アニメ作品や漫画のモデルとなった土地を訪れる観光など、個人の趣味・し好に基づく旅行形態も増加している。
- 製造業、農林水産業、アニメ等のコンテンツ産業を中心に、観光スポットの整備、PRが進みつつあるが、更に広くその魅力を伝えていく必要がある。

2 東京を支える魅力ある都市基盤施設¹の活用が不十分

- 東京には、機能や技術に優れ、観光資源としても魅力的な都市基盤施設がある。そうした施設を本来の設置・運営目的を妨げることなく、観光資源として活用する仕組みを検討していく必要がある。

3 世界に誇れる東京の食は有望な観光資源

- 東京には様々な種類の飲食店が集積しており、和食だけでなく世界中の料理を楽しむことができる。
- 東京は「ミシュランガイド」に欧米以外で初めて取り上げられた都市であり、「2013年版ミシュランガイド」では、獲得した星の数が都内全体で323個（レストランの数242軒、うち3つ星レストランの数14軒）と、極めて高い評価を得ている。
- このように、多彩な飲食店群、伝統ある食文化、地域におけるユニークな食材・物産など、東京は食の魅力にあふれている一方で、食を軸とした観光スポットの整備や情報発信など、観光に活かす取組は必ずしも十分ではない。

¹ 一般的に道路・街路、鉄道、河川、上下水道、エネルギー供給施設、通信施設などの生活・産業基盤や学校、病院、公園などの公共施設のこと

- とりわけ海外では、日本の食への関心が高まっており、外国人旅行者のほとんどが和食を楽しみ、その訪問目的も、買物、散策に次いで飲食が挙げられるなど、更なる旅行者誘致を図る上で、食は有力な誘致ツールになることが期待される。

《食に関する外国人旅行者の行動特性》

●訪問目的（複数回答）

平成23年		平成22年	
買物	47.5%	買物	49.3%
散策	42.4%	飲食	38.3%
飲食	35.9%	散策	34.6%
風景（夜景）	27.6%	風景（夜景）	27.0%

●食事内容・和食の内訳（複数回答）

平成23年		平成22年	
和食	94.8%	和食	91.3%
（内訳）			
すし	61.4%	すし	61.2%
ラーメン	51.4%	ラーメン	49.2%
そば／うどん	40.0%	そば／うどん	38.6%
てんぷら	33.6%	てんぷら	30.4%

●繁華街やその周辺で訪れた場所（複数回答）

平成23年		平成22年	
飲食店	43.1%	飲食店	40.2%
公園	39.5%	百貨店	39.1%
百貨店	39.5%	観光スポット	33.9%
観光スポット	33.4%	公園	32.0%

出典：「東京都観光客数等実態調査」（東京都）

4 国際イベントなどを活かした魅力も重要な資源

- 「東京国際アニメフェア」「東京国際映画祭」などは、国内外からの多数の旅行者の来訪が見込める国際的なビッグイベントに成長している。
- さらに、東京では、旅行目的としても魅力ある四季折々の祭りやコンサート・演劇などの公演、文化・芸術やファッションに関するイベントなどが日々、数多く開催されていることから、これらを活かして旅行者誘致を進めていくことが重要である。

施策展開

1 地域における産業観光の推進

- ▶ 江戸以来の匠の技を継承する伝統工芸、世界に誇る技術を持つ中小企業のものづくり、都市における独自の農業、現代の東京を象徴するアニメやゲーム等のコンテンツ産業など都内には様々な産業が集積している。こうした豊富で多彩な産業を観光資源として活用し、観光ルートの開発や外国人旅行者に向けた情報発信を行うなど、行政分野・区域の垣根を越えた取組を促進していく。

（1）地域の魅力ある産業を活かした観光の支援

- 🚩 ● 都内にあるものづくりや伝統工芸などについて、製作の見学・体験ができるメニューを開発するとともに、アニメや映画、小説など地域にゆかりのある文化・芸術作品を活かした観光スポットの整備、観光ルートの開発など、新たな視点による区市の取組を支援する。

- 都内では野菜などを中心にバラエティ豊かな農畜産物が生産されており、収穫体験ができる農園や都内産の農畜産物による料理などが魅力的な観光資源となっている。これらを活かした観光スポットの整備や観光ルートの開発などを、各区市を通じて支援していく。

(2) 産業観光を広める取組

- メディアや旅行事業者に対し、産業を活かした観光スポットの魅力を体験する機会を設けることで、情報発信や旅行商品の造成を促していくとともに、各区市のスポットのPRを積極的に行い、産業観光の取組を促進していく。
- 他の区市町村における産業観光の取組を誘発する契機とするため、区市町村で実施している産業観光の取組についてウェブサイト等を用いてPRしていく。

《産業観光における視察の様子》



(3) 企業等への支援

- 日本を代表する民間企業等に対して、工場やショールーム、資料館等を観光資源と捉えた活用を働きかけ、観光ルートを造成する上で主要な観光スポットとして位置付けるなど、地域の活性化につなげていく。
- 都内の優れたものづくり産業や先端技術産業を担う中小企業が、工場見学など旅行者の受入を進めていくための施設整備やマップ作成などの受入体制の整備について、区市と連携して支援していく。
- 商店街が、地域住民やNPO等の地域団体と連携し、観光等の地域のニーズに対応した地域おこしやまちづくりに取り組む事業を、区市町村と連携して支援していく。

2 東京を支える様々な都市基盤施設等の観光資源化

▶ 官・民を問わず、東京に存在する高度な都市基盤施設等を、その役割のアピール効果も踏まえて観光資源と捉え、本来の設置・運営目的を妨げることなく、内外からの旅行者に幅広く訪れてもらえるよう活用していく。

- 試験研究機関や清掃工場などの都市基盤施設等を、産業に関連した観光ルートの中で活用できるような仕組みを検討していく。
- 「荒川線の日」「路面電車の日」「都営フェスタ」といったイベントにおける車両見学や車庫内見学会などを通じて、都電荒川線や都営地下鉄の日常では感じることができない魅力を来訪者へ積極的に発信していく。

- 東京臨海部の「スーパーエコタウン」における、廃プラスチックによる廃棄物発電、建設混合廃棄物のリサイクル、食品廃棄物によるバイオマス発電などの施設見学等を通じて、先進的な廃棄物処理・リサイクル技術などを発信していく。
- 上水道に関する各PR施設では、江戸時代からの水道の歴史を紹介する展示や、楽しみながら学べる体験型の展示設備等により、水道事業に対する理解促進を図っていく。
- 都の下水道事業に関する展示を行う「虹の下水道館」を、実際の下水道施設などを設置した体験型の見学施設にリニューアルし、国内外の旅行者が普段目にすることが少ない東京の都市基盤に触れることができる観光資源としていく。
また、平成19（2007）年に国の重要文化財に指定された「旧三河島汚泥処分場唧筒（ポンプ）場」において、沈砂池、ポンプ室などを整備し、新たな観光資源としての活用を図っていく。

3 東京の食を活かした旅行者誘致

▶ 世界でも特徴的な日本の食は、外国人旅行者への発信力も高く、世界遺産（無形文化遺産）に登録する動きもみられることから、伝統的な食文化、食を活かした地域の取組、豊富で多様な飲食店の集積など、食にまつわる東京の優位性に着目した観光資源の開発や情報発信を積極的に推進していく。

- 🚩●和菓子作りや茶道体験など、伝統的な食文化や東京ならではの食材・物産をテーマとして、区市町村が主体となって実施する観光スポットの開発やPR事業等を支援する。また、国内外のメディアや旅行事業者に対し、東京における伝統的な食文化を体験する機会を設けることで、旅行商品の造成を促していく。
- 都内における酒蔵等を活用したツアーの造成など、地域に根付く様々な食に関する資源を活用した取組について、国とも連携して推進していく。
- 地域を代表する料理や、いわゆるB級グルメなど「ご当地グルメ」に関する取組を促進していくとともに、その情報を国内外に発信するなど、食による地域の活性化を推進していく。
- 🚩●東京は、我が国固有の食文化を楽しめるだけでなく、世界各国の料理、日本全国の食材を楽しむことができる稀有な都市であり、こうした東京の持つ魅力をウェブサイトや海外プロモーションなどを通じて海外に向けて積極的に発信し、旅行者の東京を訪れる意欲を高めていく。
- 🚩●東京を訪れた外国人旅行者が日本の食の魅力を十分に堪能できるよう、世界各国の料理から居酒屋まで東京の食の楽しみ方を多言語で紹介していく。また、飲食店が多言語による外国語メニューを作成するための支援システムをウェブサイトで公開していく。

- 我が国と異なる海外の文化や慣習を正しく理解するとともに、こうした文化や慣習に対応した飲食店や宿泊施設の情報を発信することにより、旅行者が安心して食事を楽しめる環境を整備していく。
- 都内産農林水産物を積極的に使用している飲食店等を「とうきょう特産食材使用店」として登録し、そうした食材を積極的にPRすることにより、東京の食の魅力を向上させ、その消費及び生産の拡大を図っていく。
- 平成27（2015）年度に竣工予定である豊洲新市場では、築地特有の貴重な財産であるにぎわいを継承・発展させるとともに、市場本体施設と連携し、食に関する多彩な店舗群やイベント等による食の魅力発信など、豊洲ならではの活気やにぎわいを生み出す「千客万来施設」を整備し、豊洲新市場の魅力を高めつつ、地域のまちづくりや活性化に貢献していく。

《豊洲新市場（イメージ）》



《千客万来施設（イメージ）》



4 新たな潮流を捉えた展開

- ▶ 豊富で多様な資源を活用するとともに、観光の新たな潮流を捉えた国際イベントや仕掛けづくりを進めるなど、旅行者が東京ならではの魅力を体感し、楽しめる機会を創出していく。

（1）国際イベントによる魅力の創出

- 「東京国際アニメフェア」「東京国際映画祭」「ショートショート フィルムフェスティバル」などの国際的なイベントの開催を、広く世界に向けて情報発信し、東京の魅力をより一層高めるとともに、国内外の旅行者誘致につなげていく。

《東京国際アニメフェア2013》



©TAFEC

- 東京観光を広くPRし、内外の旅行者を呼び込むため、アニメ、ファッション、食といった東京の新しい魅力をテーマとして、「東京観光ウィーク（仮称）」を開催する。ウィーク期間中は、それぞれのテーマの持つ魅力を活かしたイベントや観光ツアーを民間事業者・行政・地域等が連携して実施するなど、集客力の強化と旅行者の満足度の向上を図っていく。〔再掲〕

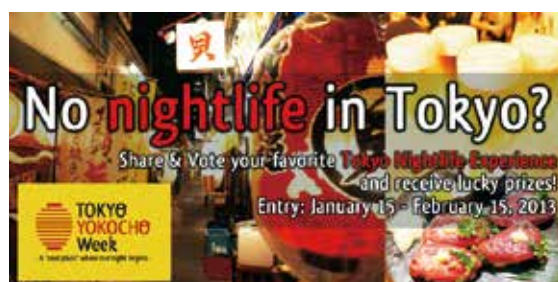
(2) 旅行者を楽しませる仕掛けづくり

旗 ● アニメや漫画、映像をはじめとした東京独自の資源や共通した産業を持つ地域間の連携を図り、行政区域を越えた観光ルートや着地型旅行商品の開発に向けた取組を支援していく。

● 近年、「まち歩き」が観光のトレンドの一つとなっており、東京でも取組が進みつつある。東京には、まだ知られていない観光資源が豊富にあることから、こうした資源を活用し、交通事業者や民間事業者、地域と連携したルートの開発、ツアーの実施など東京のまち歩きを促進していく。

● 外国人旅行者が東京の夜の魅力（ナイトライフ）を更に堪能できるよう、観劇やショー、美術館等の文化施設、商業施設、夜景スポットなどを、外国人旅行者が手軽に楽しめる環境に整備するとともに、情報の提供を推進していく。

《TOKYO YOKOCHO Week¹（東京横丁ウィーク）》



コラム Column

日本の食文化のユネスコ無形文化遺産登録について

● 我が国には海、山、里と豊かな自然が広がっており、地域に根差した豊富な食材があります。また、四季折々の季節感のある食事や、年中行事と密接に結びついた食事、一汁三菜に象徴されるバランスのとれた健康的な食事スタイルなど、素晴らしい食文化があります。

● 一方、海外では自国の食に関する文化を、ユネスコの無形文化遺産として登録する動きがあり、フランスの美食術、地中海料理、メキシコやトルコの伝統料理が社会的慣習として既に登録されています。

● 平成24(2012)年3月、我が国の日常を彩る幅広い食文化について、日本政府がユネスコに対し、無形文化遺産登録に向けた提案を行いました。平成25(2013)年12月に登録の可否が決定される予定です。

参考：農林水産省のウェブサイト



¹ 外国人旅行者向けに、酒場体験や夜の買い物体験などを日常的な日本人の生活スタイル体験として発信し、様々な都心でのナイトライフをPRしたイベント。2013年に実施された。

施策4

歴史・文化、スポーツ等を活かした観光

現状・課題

1 外国人旅行者に十分に知られていない東京の歴史・文化

- 東京には、江戸期から伝わる伝統文化、歴史的な資源、美術館や博物館、コンサートホール、劇場などの文化施設が多数存在するほか、祭りや四季折々の風物など世界に誇れる独自の歴史・文化が育まれている。
- しかし、都民の多くがこうした要素をアピールしたいと考えている一方で、外国人旅行者の東京の訪問目的としては必ずしも上位とは言えない。

《歴史・文化に関する都民の意識と外国人旅行者の意識》

【都民の意識】

●外国人にアピールしたい東京の魅力(複数回答)

1位	江戸・東京の情緒を伝える街並み	51.1%
2位	神社仏閣、庭園等の歴史的・文化的施設	43.2%
3位	多摩・島しょ等の豊かな自然	25.7%
4位	都市の清潔さ、便利さなど成熟した都市の魅力	24.8%
5位	治安の良さ	24.2%
6位	生活や歴史、伝統に根ざした祭り、風物詩	18.4%

●外国人旅行者を誘致するため、必要だと思う東京都の施策(複数回答)

1位	情緒ある東京の美しい景観の維持保存と形成	50.3%
2位	海外への積極的な東京のプロモーション	46.8%
3位	祭り・風物詩などの伝統的な行事の活用	44.7%
4位	旅行者のニーズに対応した文化・イベント等の観光情報の発信	42.6%

出典：「平成24年度インターネット都政モニターアンケート」（東京都）

【外国人旅行者の意識】

●東京を訪問する目的(複数回答)

	平成23年		平成22年	
1位	買物	47.5%	買物	49.3%
2位	散策	42.4%	飲食	38.3%
3位	飲食	35.9%	散策	34.6%
4位	風景(夜景)	27.6%	風景(夜景)	27.0%
5位	伝統文化／歴史的施設	24.6%	伝統文化／歴史的施設	21.1%
6位	温泉／リラックス	13.5%	温泉／リラックス	16.9%
7位	美術館／博物館	10.4%	美術館／博物館	10.4%
8位	その他	8.9%	その他	10.0%
9位	レジャー施設	8.0%	レジャー施設	8.1%
10位	祭り／イベント	3.9%	祭り／イベント	3.0%

出典：「東京都観光客数等実態調査」（東京都）

2 スポーツを活用した積極的な観光振興が必要

- 「東京マラソン」が平成25（2013）年の大会から、アジアで行われているマラソン大会として初めて「ワールドマラソンメジャーズ（WMM）」に加入し、より世界の注目を集めているなど、こうした機会を活かした旅行者の誘致やにぎわいの創出に積極的に取り組むことが重要である。
- また、スポーツへの参加気運の高まりにより、マラソンやウォーキング大会等が数多く開催されるようになってきていることから、名所・景勝地などを活かしたコースの設定などの取組も観光にとっては重要となっている。

施策展開

1 歴史的・文化的資源を活用した観光

- ▶ 東京には歴史的な建造物や伝統的な祭り・芸能・工芸品などの独自の文化が息づいているほか、美術館・博物館やコンサートホールなどが数多く存在し、世界的に見ても多彩な文化資源が集積した都市であり、こうした文化が持つ魅力を重要な観光資源として積極的に活用していく。

（1）歴史的建造物や文化財の魅力向上

- 🚩 ● 都選定歴史的建造物や都指定文化財の周辺地域における建造物の外観の改修や、案内標識等の整備、こうした地域のPRなどを支援することにより、国内外の旅行者を引き付け、回遊性を向上させる魅力的な観光エリアを構築していく。さらに、そうした取組を先進事例として紹介するなど、都内に幅広く普及啓発をしていく。〔再掲〕
- 「文化財ウィーク」において、文化の日（11月3日）を中心に、都内全域の文化財の公開やそれに関わる様々なイベント等を実施し、都民や旅行者等が文化財に触れる機会を提供して、その魅力を伝えていく。
- 文化財を巡るコースマップの作成などを行い、外国人旅行者等に対して、文化財の情報の発信などを行う。

《イベント例1（東京大茶会2012）》

（2）芸術・文化等の多様な魅力の創出

- 新たな文化の創造や発信、芸術・文化を通じた子供や青少年の育成、多様な地域の文化拠点の形成を目的とした「東京文化発信プロジェクト」を実施し、文化発信・東京の魅力向上などを目的としたイベント（「東京発・伝統WA感動¹⁾」、「フェスティバル/トークョー²⁾」、「六本木アートナイト³⁾」、「恵比寿映像祭⁴⁾」等）を開催していく。



- 伝統芸能について、外国人旅行者等にもPRし、気軽に楽しんでもらえるよう、魅力ある公演を実施していく。

1 能楽、邦楽、日本舞踊、茶道など、世界に誇るべき日本の伝統芸能・文化を国内外へ発信することを目的とした事業

2 舞台芸術の新しい価値を創造し、世界へ向け発信することを目的とした国際舞台芸術フェスティバル

3 現代アート、デザイン、音楽、映像、パフォーマンス等の多様な作品を街なかに点在させ、非日常的な体験をつくり出すオールナイトイベント

4 東京の映像芸術文化の国内外への発信を目的に、東京都写真美術館において展開する総合的な国際映像フェスティバル

- 東京に集積している豊富な文化資源を活用して、新進若手アーティストの創造活動を総合的に支援していく。

《イベント例2(伝統芸能 SHORT TRIP in 羽田)》



- 都立文化施設について、必要な改修を着実に実施し、バリアフリー化や安全性・快適性の向上、各館の事業展開に即した機能更新により、来館者サービスを向上させる。
また、収蔵品の充実や人材育成など、各館の創造発信力を強め、魅力を高める取組を行っていく。

- 都立動物園・水族園（恩賜上野動物園、多摩動物公園、葛西臨海水族園及び井の頭自然文化園）において、「都立動物園マスタープラン」（平成23年9月策定）に基づき、世界の野生動物の保全を推進する観点から、生息環境を再現する展示設備の整備や魅力あふれるサービスの提供を行い、都民だけでなく、世界中から多くの来園者を迎え、東京の観光や地域振興に貢献していく。

2 スポーツを活用した観光

- ▶ マラソンやウォーキングなど、スポーツ振興への気運の高まりを踏まえ、様々なスポーツイベントを契機とした東京の魅力の積極的な発信に取り組むとともに、旅行目的地としての東京の認知度の向上を図る。

(1) 「東京マラソン」を契機とした観光

《東京マラソン2013》



- 東京の魅力を国内外に発信するとともに、スポーツ振興や地域活性化の契機とすることを目的として、都心の観光名所を走る「東京マラソン」を引き続き開催する。
また、東京マラソンを「東京の魅力を世界に発信する祭典」としていくために、その開催に合わせて、音楽やダンス・民俗芸能などの様々なイベントでランナーを応援する「東京大マラソン祭り」を展開する。
- 「東京マラソン」の開催に合わせて来訪した国内外の旅行者が、東京の魅力を十分に体験できるよう、マラソンコース周辺の観光地等に臨時の観光案内所を設置し、都内の観光スポットの案内やイベント情報の提供などを実施する。
- また、来訪した旅行者に向けて、マラソンコースや交通アクセス等を掲載したガイドマップを作成するとともに、ウェブサイトにおいても関連するイベント情報を提供するなど、東京の魅力を広くPRしていく。

(2) スポーツイベントや環境整備による魅力の向上

- 東京が持つ充実したスポーツ施設やスポーツイベントの運営能力を活かし、国際的なスポーツ大会を誘致することによって、東京への集客を促進していく。
※平成24（2012）年度に開催された国際大会：世界フィギュアスケート国別対抗戦、女子レスリングワールドカップ、競泳ワールドカップ、アーチェリーワールドカップファイナル、セブンズワールドシリーズ（7人制ラグビー）等

- 島しょを含む東京の魅力ある名所などを巡り、その魅力を体験できるウォーキング大会「TOKYOウオーク」を実施する。

※平成24（2012）年度実施：品川・羽田エリア、日比谷・晴海エリア、吉祥寺・三鷹エリア、八王子・高尾エリア及び浅草・両国エリア

《TOKYOウオーク2012》



- 多摩川の豊かな自然の風景を楽しむとともに、都民の健康増進などを目的として、多摩川河川敷の散策路「たまりバー50キロ」（羽村市～大田区）をメインコースとした「多摩川ウォーキングフェスタ」を開催する。

《シンボルプロムナード・ランニングの様子》



- 臨海副都心における魅力的なランニングスポットとして、シンボルプロムナード公園に新たなランニングコースを開設するとともに、民間事業者によるランナー受入施設を誘致し、臨海地域のスポーツ環境を充実していく。

©東京マラソン財団

コラム Column

「ラ・フォル・ジュルネ」

- 「ラ・フォル・ジュルネ」は、平成7（1995）年にフランス北西部の港町ナントで始まったクラシック音楽の祭典です。毎年、テーマとなる作曲家やジャンルが設定されるほか、短時間に数多くのコンサートが一斉に開催されます。また、一流の音楽を低料金で提供し、誰もが気軽に楽しめる音楽祭であるなど、クラシック音楽の常識にとらわれないユニークなコンセプトが特徴です。
- この音楽祭は、「ラ・フォル・ジュルネ（熱狂の日）」のネーミングそのままに、数ある音楽祭の中でもエキサイティングに展開しています。その人気は世界にも広がり、平成12（2000）年のリスボン（ポルトガル）を皮切りに、リオデジャネイロ（ブラジル）、ワルシャワ（ポーランド）などで「ラ・フォル・ジュルネ」を冠した音楽祭が開催されています。
- 東京でも、平成17（2005）年から東京国際フォーラムにおいて「ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン『熱狂の日』音楽祭」が開催され、平成24（2012）年までに計8回、延べ530万人を動員するゴールデンウィークの一大イベントになっています。さらに、金沢、新潟、びわ湖（大津）、鳥栖でも開催され、いずれも盛況となるなど、地域を活性化させるイベントとしても注目されています。

《クラシックコンサートなどイベントの様子》



参考：ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポンのウェブサイト

施策5

水辺空間の魅力向上

現状・課題

1 水辺空間の活用が進みつつある一方、地域の面的な活性化が課題

- 東京には東京湾をはじめ、様々な河川や運河など、水辺が豊富に存在しており、江戸、東京はこうした水辺を中心に発展してきたことから、その周辺には歴史的な観光資源が広がっている。
- 水辺を活かした観光産業振興も進んでおり、周辺の観光資源とつなげて旅行者の回遊性の向上を図るなど、水辺空間を機軸にした地域の面的な活性化が期待されるが、更なるにぎわい創出が必要である。
- また、舟運を活かした取組が検討される中、大型船やユニークな船など船舶が多様化し、観光利用に向けた環境が整いつつある一方で、防災船着場の活用が進んでいないなど、その利便性の向上が必要である。

2 水辺と調和した都市景観の整備が不十分

- 海外では、ソウル市の清溪川（チョンゲチョン）の復元事業など、水辺空間の大胆な整備のほか、パリのセーヌ川、ニューヨークのイーストリバーやハドソンリバーなど、水辺空間を活かした景観形成が進んでいる。

施策展開

1 魅力ある舟運ネットワークの実現

- ▶ 新たな舟運ルートの開発や、ルート周辺地域の集客力ある取組を進めていくとともに、事業者等が舟運を幅広く利用しやすい環境を整えることで、舟運の活性化と旅行者の回遊性の向上を図っていく。

（1）舟運ルートの開発と集客力を向上させる取組

- 🚩● 隅田川等における舟運の活性化を図るため、地域における定期航路化・事業化が可能な舟運ルートの開発や運航実験を支援していく。

- 🚩● 舟運ルートの開発に合わせて、水辺空間のライトアップなどルートの魅力向上を図るとともに、舟運観光ガイドや船着場周辺マップの作成など、水辺周辺地域における旅行者の回遊性を高める取組を促進していく。

《舟運ルート開発の運航実験》



● 舟運ルートの開発等を計画する地域に対して、舟運アドバイザーを派遣することにより、適切な指導・助言等を行っていく。

● 旅客運送の規制緩和を国に対して提案要求することにより、多彩な運航ルートの設定を可能とし、東京港の舟運の活性化を図っていく。

(2) 防災船着場の効果的な活用

● 防災船着場の平常時利用に関する仕組みづくりを行うことにより、舟運事業者等の利用環境を整え、より多くの人々が水辺空間に親しむことを可能としていく。

2 水辺におけるにぎわいの創出

▶ 水辺空間を利用した季節のイベントや新たな観光スポットの創出により、水辺におけるにぎわいを生み出す取組を推進するとともに、運河の活用を推進する地域の連携を促進するなど、広がりを持ったにぎわいを創出する。

《「隅田川ルネサンス」の取組》

● かつて江戸の華として名を馳せた隅田川ににぎわいを取り戻す「隅田川ルネサンス」を地元区・観光団体等と協働して展開する。その一環として、水辺での飲食店の展開や「あかり」を活かした夜間景観のイメージアップなど、にぎわい創出に向け様々な取組を促進していく。



● 水辺の魅力向上を図るため、運河等の水域利用とその周辺におけるまちづくりが一体となって、地域のにぎわいや魅力等を創出する「運河ルネサンス」に取り組んでいく。また、水域占用許可の緩和など地元協議会が策定する運河利用計画の実現を支援するとともに、5つの運河ルネサンス地区（芝浦地区、品川浦・天王洲地区、朝潮地区、勝島・浜川・鯨洲地区及び豊洲地区）の連携を促し、広がりを持ったにぎわいを創出していく。

● 豊洲地区及び臨海副都心に水陸両用バスが進水・上陸することが可能なスロープを整備し、水辺と陸の両面から楽しめる観光スポットとして、地域のにぎわいを創出していく。

3 水辺における環境整備

▶ 親しみが感じられる水辺空間の形成に向けて、都市基盤等の整備や、水辺における緑の創出、水質の向上、水域と陸域が調和した水辺空間における景観形成などを推進していく。

(1) 親水空間と景観の形成

● 河川区域内にオープンカフェ等が展開可能となる新たな占用の仕組みを活用し、地元自治体等が実施する水辺空間の魅力向上策を支援していく。

● 隅田川テラスや小名木川「塩の道」におけるテラスの連続化や修景、バリアフリー化を行い、水辺を散策できる親水空間として形成していく。

- 東部低地帯の主要5河川（隅田川、中川、旧江戸川、新中川及び綾瀬川）では、川沿いの建築物の更新や再開発事業などに合わせてスーパー堤防¹の整備を推進し、安全性の向上とともに潤いある水辺空間の再生を図っていく。
- 中川など整備済の河川において緑化を進めるほか、改修事業に合わせた緑化を進めていく。
- 東京の成長過程で失われた、水と緑に包まれた都市空間を再生するとともに、臨海地域において美しい都市景観を創出し、東京の価値を更に高めるため、海の森公園を中心とした海上公園の整備を進めていく。

（2）水質を向上させる取組

- 豊かな自然環境と共生する水辺空間の創出を目指し、都民が安心して水と触れ合うことができる水質を確保するため、汚泥しゅんせつのほか、東京港内に磯浜や干潟等を造成し、水生生物等による海の自然浄化機能の再生に取り組んでいく。
- 水質の改善に向けて、東京湾や隅田川などにおいて、ちっ素、りんを除去する高度処理²等の導入を進めるとともに、皇居内濠においては、雨天時の下水放流先を切り替える合流式下水道³の改善などを図ることで水辺の魅力を向上させていく。

コラム Column

河川空間のオープン化（オープンカフェ）の取組

- 河川敷地にカフェなどを開設し、地域の活性化を図る取組が各地で見られるようになっていきます。
- 河川敷地の占用は、国や地方公共団体等が実施する、公園や橋梁などの公共性・公益性のある施設に限られていました。一方で、平成16（2004）年3月以降、社会実験として、国土交通省河川局長が指定した区域（広島市の京橋川や大阪市の道頓堀川等）において、民間事業者によるオープンカフェの設置等の取組が行われてきました。
- こうした取組を踏まえて、平成23（2011）年4月に河川敷地占用許可準則の一部が改正されました。その結果、各河川管理者が指定した区域に限って、地域の合意形成を図った上で民間事業者による河川敷地の占用ができるよう規制が緩和され、河川空間のオープン化が図られています。
- 現在、隅田川における恒常的なにぎわい創出を目的に、台東区が隅田公園の河川区域にオープンカフェを誘致するなど、水辺空間の魅力を高める取組が進むことが期待されます。

《京橋川（広島市）のオープンカフェ》



1 従来型であるコンクリートの直立堤防と違い、盛土により構成される幅の広い堤防で、高潮や大地震に対して安全だけでなく、水辺環境の向上が図れる堤防
 2 ちっ素やりんといった赤潮の一因となる物質を除去できる処理方法
 3 雨水と汚水を同一管渠によって排除する方式。大雨時に雨水に希釈された汚水の一部が河川や海に放流される構造

施策6

多摩・島しょ地域の特性を活かした観光

●多摩地域

現状・課題

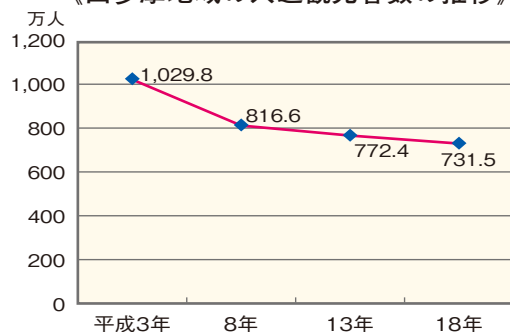
1 観光産業振興の気運が高まる中、地域の活性化につなげていくことが重要

- 多摩地域には、山岳や森林といった豊かで身近な自然環境、農林業や地域独自の食文化、都心近傍の上質な都市環境など、地域固有の特性があり、観光産業振興の気運の高まりとともに、こうした資源を活用した取組が進みつつある。
- しかし、魅力ある地域資源が十分に活かされていない、一部の地域を除き観光産業振興のノウハウが浸透していないなど、観光の視点を地域の活性化につなげる動きは必ずしも強くはない。

2 都市型観光の視点も加えるなど、様々な資源に目を向けた取組が必要

- 多摩地域には、自然の素晴らしさのみならず、人々を誘引する魅力的な市街地などの都市型の観光資源も含め、様々な地域資源が存在する。
- したがって、多摩地域における都市型観光、産業観光の振興など、様々な地域資源に目を向けた施策を展開していく必要がある。

《西多摩地域の入込観光客数の推移》



※福生市・羽村市・瑞穂町・青梅市・奥多摩町・日の出町・あきる野市及び檜原村の合計
出典：「西多摩地域入込観光客数調査」（西多摩地域広域行政圏協議会及び社団法人大多摩観光連盟）

施策展開

1 自然を活かした観光資源の整備

- ▶ 都心の身近にある豊かな自然環境を保全していくとともに、都民や旅行者の魅力となる観光資源としての価値を高め、多摩地域への来訪者の増加につなげていく。

- 西多摩地域における豊かな自然環境を中心とした観光資源の認知度を向上させていくとともに、旅行者が自由に地域をめぐることができるよう、遊歩道の整備や、名所・旧跡・天然記念物等の案内標識の設置など、市町村が実施する施設整備を支援していく。

❖ 多摩地域の持つ自然の魅力を活かした観光産業振興を図るため、林道等に隣接する広場や森林景観を整備するなど、森林の眺望や景観を活かした観光ルートとして、効果的な環境整備を進めていく。

● 優れた自然の風景地を保護し、その適正な利用増進を図るため、秩父多摩甲斐国立公園、明治の森高尾国定公園及び都立自然公園において、安全で快適な自然公園施設の整備を行う。

● 多摩地域に都独自のレンジャー（自然保護員）を配置し、旅行者にマナーを普及啓発するとともに、盗掘や密猟など違法行為の監視、利用者の安全確保のための遊歩道や標識といった施設の点検、自然環境の継続的な観測及び監視などを行う。

● 歩きやすく整備された「水源地ふれあいのみち」、「奥多摩湖いこいの路」を快適な散策路として活用していく。

《青梅市・柚木苑地における施設整備》



2 地域の自立的な取組の促進

▶ 観光協会等の観光関連団体をはじめとした地域の活動を促進していくため、観光資源の発掘や地域の特性を活かした商品開発など、地域自らの取組を支援する。

● 多摩地域における観光協会をはじめとした観光関連団体に対して、ターゲットを見据えたマーケティングによる取組の促進や着地型旅行商品の造成などに向けた研修を実施していく。

❖ 都心近郊の魅力的な市街地や文化的な生活空間、産業の集積など、都市の有する様々な魅力を活かして、地域が主体的に実施する観光スポットの創出や情報発信など集客力の強化、地域のブランド力を高める取組を支援していく。

❖ 多摩地域の特性を活かした農林水産業の振興を図り、都市の近傍という立地を活かして、農業体験や特産品開発など観光の視点にも立った取組を展開する。

3 多摩地域の発信力の向上

▶ 多摩地域における観光産業振興の気運の高まりを捉えて、これまで十分に知られていなかった多摩地域の魅力を積極的に発信し、旅行者の誘致につなげていく。

● 多摩地域への旅行者誘致を積極的に推進していくため、豊かな自然環境を活用するなど、各地域の特色に焦点を当てたパンフレットや映像の活用によるPR活動、ウェブサイト等による情報発信について、主体的に実施していく市町村を支援する。

● 都心の身近にある「東京の森林」を観光の視点から紹介するパンフレットの制作や森林イベント等をウェブサイトでPRするなど、多摩地域の森林観光ルートを幅広く発信していくことにより、地域の活性化を促進していく。

● 国内外の旅行者が選ぶ観光地や特産品、土産物のコンテストを実施するなど、旅行者の目線から多摩地域の特徴やセールスポイントを明確化し、多摩地域のブランドイメージを確立していく。

● 多摩川の自然豊かな景観を楽しみながら、都民の健康増進を図る「多摩川ウォーキングフェスタ」を開催する。多摩川河川敷等を利用した散策路である「たまりバー50キロ」（羽村市～大田区）をコースとするとともに、沿道の区市による観光PRブースやステージイベントなども実施する。〔再掲〕

《森林資源を活かした観光》



コラム Column

山ガール

● 近年、「山スカート」などカジュアルなファッションに身を包み、登山を楽しむ若い女性が増加しています。通称「山ガール」と呼ばれ、平成22(2010)年のユーキャン新語・流行語大賞の候補に選出されました。山に登る男性は「山男」などと呼ばれ、どちらかという男性イメージの強い登山の世界ですが、ファッションや“癒し”など、女性ならではの視点を加えた登山に対するイメージが広がり、それが多くの女性達を引き付けているようです。

● また、「山ガール」を特集した雑誌やウェブサイト上での特集が数多く生まれ、女性を対象とした登山教室、山登りツアーなど、女性登山者向けのイベントも企画されるようになっていきます。こうした中で、多摩地域の森林は都心に近接し、初級者が気軽に森林浴や散策を行える場所であり、「山ガール」にとっては格好の登山スポットと言えます。

● 銀座や渋谷など、大都会の舗装道路を歩いていた女性達が、ファッション性あふれるカラフルな登山グッズを身にまとい自然の中に分け入れれば、美しい景観に心打たれ、日頃の疲れも吹き飛んでしまうに違いありません。こうした若い女性たちの新鮮な感覚は、観光においても重要なトレンド。これからも目が離せません。

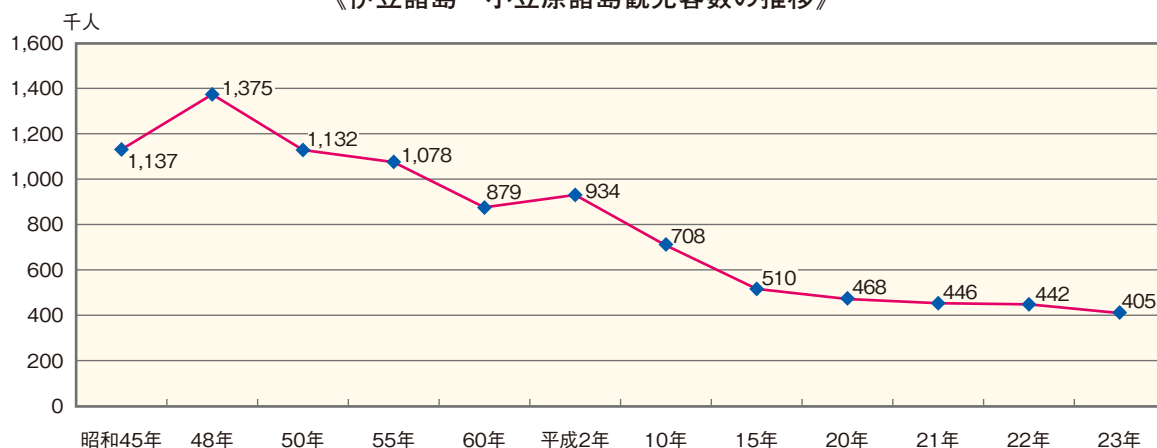
《山ガールのイメージ》



1 旅行者数の低迷が続くなど旅行目的地としての価値の発揮が課題

- 島しょ地域の観光地としての競争力は低下しており、その旅行者数は昭和48（1973）年をピークに、長期にわたって低迷し、現在はピーク時の3分の1程度の水準にすぎない。
- 東京の近傍にある自然豊かな火山群島という稀有な環境や、各島の持つ鮮やかな個性など、東京の島ならではの旅行目的地としての価値や優位性を活かしきれていない。

《伊豆諸島・小笠原諸島観光客数の推移》



出典：「伊豆諸島・小笠原諸島観光客入込実態調査報告書（平成23年）」

※観光客数は、大島、利島、新島、式根島、神津島、三宅島、御蔵島、八丈島、青ヶ島及び小笠原諸島の観光客数の合計

2 島しょの認知度、島しょへの来訪意向の向上が重要

- 都民の島しょに対する認知度は、大島・三宅島・八丈島・小笠原諸島が8割～9割程度である一方で、新島・式根島・神津島は5～7割、利島・御蔵島・青ヶ島は2～3割程度にとどまっている。
- 小笠原諸島への来訪意向は8割に達しているが、その他の島しょについては5割未満と、低い数値になっている。

出典：「平成24年度 インターネット都政モニターアンケート」（東京都）

3 小笠原諸島については、観光産業振興と自然環境の保全との両立を継続していくことが必要

- 平成23（2011）年に世界自然遺産に登録された小笠原諸島については、世界遺産登録後、幅広い層の旅行者が増加していることから、観光産業振興の増進とともに、同諸島の貴重な自然環境の保全との両立に継続的に取り組んでいくことが重要である。

1 自然を活かした観光資源の整備

▶ 島しょ固有の自然環境を活かした観光エリアの保全・整備を進めていくとともに、船舶の就航率の向上や、港湾における旅行者の利便性の向上を図ることにより、島しょ地域への旅行者誘致につなげていく。

- 島しょ地域における豊かな自然環境を中心とした観光資源の認知度を向上させていくとともに、旅行者が自由に地域を巡ることができるよう、遊歩道の整備や名所・旧跡・天然記念物等の案内標識の設置など、町村が実施する施設整備を支援していく。

《神津島・前浜海岸デッキ整備》



- 三宅島の復興と観光産業の振興を図るため、火山が生み出した景観を観光スポットとする施設整備や観光案内板の設置などの取組を支援し、旅行者誘致を図っていく。
- 離島における船舶の就航率向上を図るため、大島などの大離島については一島二港方式¹、小離島については一港二突堤方式²により、防波堤等の整備を進めて静穏度を高める。
また、既設の船客待合所の更新時において、地域と連携し、観光やにぎわい創出の拠点となる施設として整備していく。
- 優れた自然の風景地を保護し、その適正な利用増進を図るため、富士箱根伊豆国立公園及び小笠原国立公園において、安全で快適な自然公園施設の整備を行う。

2 島しょ間連携と各島の個性による自立的な取組の促進

▶ 島しょ間の連携を進めるとともに、各島の個性溢れる資源を再認識し、旅行者を引き付ける価値を創出させ、魅力ある旅行商品の造成や特産品の開発、体験型観光の実施などを促進していく。

- 🚩 ● 島しょ地域においては、ターゲットとなる旅行者層を見極めるとともに、そのニーズに沿った情報の発信、観光資源の開発、受入環境の整備などの総合的な取組を、島しょ間の連携により推進していく。
また、東京諸島として面的な広がりを持った施策を展開するため、連携を推進する協議体を新たに立ち上げるなど、島しょ間連携を強力に進めていく。

¹ 就航率を上げるため、一つの島に二か所の港湾(漁港)を整備する方式

² 岸壁自体が互いに防波堤の役割を果たすように、一つの港に平行して二か所の突堤式の岸壁を整備する方式

- 東京諸島の情報を発信する新たなポータルサイトを構築し、宿泊予約サイト等とのリンクを図ることで、各島への実際の送客につなげる仕組みを構築するなど、情報発信の強化と合わせ、実施効果の見込めるPRを推進していく。
- 島しょ地域における観光協会をはじめとした観光関連団体に対して、ターゲットを見据えたマーケティングによる取組の促進や、着地型旅行商品の造成などに向けた研修を実施していく。
- 漁業体験や水産物の加工体験など自然や生産者との交流促進のための自主的・継続的な活動を実施するための仕組みづくりを支援していく。
- 島の特性を活かした農林水産業の振興を図り、都市の近傍という立地を活かして、農業体験や特産品開発など観光の視点にも立った取組を展開する。

3 島しょ地域の発信力の向上

▶ 「東京諸島」としての一体的な発信に加え、各島における情報発信も強化していくことで認知度の向上を図り、新たな旅行者の開拓を促進していく。

- 豊かな自然環境を活用するなど、各地域の特色に焦点をあてたパンフレットや映像の活用によるPR活動、ウェブサイト等による情報発信について、主体的に実施していく町村を支援する。
- 個々の島における地域資源を効果的に活用した催しやスポーツ大会など、島しょ地域自らが主体となる事業を促進するとともに、強い集客力のあるイベント等の誘致も検討していく。

4 東京都版エコツアーの推進

▶ 小笠原諸島及び御蔵島において実施している「東京都版エコツアー」をはじめとして、観光と自然環境の保全の両立に関する意識啓発を進めるとともに、自然環境の適正な観光利用の範囲についても検討していく。

- 小笠原諸島及び御蔵島において、訪れる人が守るべき利用ルールを定めた「東京都版エコツアー」を推進し、自然環境の保護と観光利用の両立を図っていく。また、「東京都自然ガイド」の資質を向上させ、恵まれた自然環境の保全と適正な利用を促進する。

《エコツアー(ガイド事業者によるエコツアーの実施)》



- 世界自然遺産の登録に伴い、数多くの旅行者が訪れている小笠原諸島においては、こうした旅行者増加を一過性に終わらせることなく、定着につなげていくことが重要である。したがって、旅行者の満足度

の向上と、再来訪意向の向上につなげていくため、旅行者の意向調査やガイド育成制度の構築などの取組を推進していく。

- 世界自然遺産に登録された小笠原諸島の自然を、次世代に確実に引き継ぐため、外来種対策などの保全事業を推進するとともに、旅行者等に対して自然遺産の価値と保全の重要性を普及・啓発しつつ、島の魅力を発信していく。
- 小笠原諸島に都独自のレンジャー（自然保護員）を配置し、現場を巡回しながら旅行者にマナーを普及・啓発するとともに、盗掘や密漁など違法行為の監視、利用者の安全確保のための遊歩道や標識など施設の点検、自然環境の継続的な観測及び監視などを行う。

コラム Column

小笠原諸島と世界自然遺産登録

- 平成23（2011）年6月、小笠原諸島は日本で4番目の世界自然遺産に登録されました。

《国内の他の世界自然遺産》

屋久島（鹿児島県）、白神山地（青森県・秋田県）及び知床（北海道）

- 世界自然遺産として登録されるためには、そこに世界的に見て類いまれな価値があり、「世界遺産条約履行のための作業指針」で示されている以下の評価基準のうちのいずれかを満たしている必要があります。

《評価基準》

自然景観

生態系

地質・地形

生物多様性

小笠原諸島では、このうちの「生態系」が評価基準に合致すると認められ、登録されました。

- 小笠原諸島では、平成23（2011）年の世界自然遺産登録に向け、小笠原村、東京都、国及び関連団体等が一体となり、希少動物の保護増殖、外来種対策、エコツーリズムの推進など、様々な取組を進めてきました。

- また、遺産登録後は、観光客が大幅に増加する傾向にあることから、小笠原村をはじめとする各主体が、環境保全と観光利用の両立を目指し、協働して対応を進めています。

《都レンジャーによる下船時の靴底洗浄》
(靴底につく外来植物の種子等の拡散を防止)



参考：小笠原自然情報センターのウェブサイト