

戦略 1 新しい成長機会を取り込む【成長機会】

我が国は、本格的な人口減少社会の到来やグローバル化の一層の進展など、大きな構造変化に直面している。また、デフレの長期化や歴史的円高などの影響を受け、厳しい経済情勢が続くとともに、成長著しい新興国の台頭もあいまって、国際的地位の相対的な低下が懸念されている。

今後、国際競争の一層の激化が見込まれる中で、日本経済の牽引役となっている首都東京の産業が将来にわたって発展するためには、国内外の新しい成長機会を積極的に取り込んでいくことが重要である。

東京の強みであり、今後成長が期待される産業分野を重点的かつ戦略的に育成し、これらの産業への中小企業の新規参入を促進するとともに、中小企業の海外販路開拓を支援するなど、都内産業の振興を図っていく。

1-1 重点産業を戦略的に育成し、中小企業の参入を促進する

- (1) 大都市の課題を解決する産業の育成【社会的課題解決型産業】
(健康、環境・エネルギー、危機管理など)
- (2) 情報発信力を持つ産業の育成【情報発信型産業】
(コンテンツ、ファッションなど)
- (3) 高度技術を活用する産業の育成【都市機能活用型産業】
(航空機、ロボットなど)

1-2 グローバル市場に対応した事業展開を促進する

- (1) 海外市場への販路開拓の支援
- (2) 海外からの集客や国際交流の促進

1-1 重点産業を戦略的に育成し、中小企業の参入を促進する

<要旨>

都は、今後の成長性、波及効果、集積の現状などから、イノベーションが期待される産業を重点産業として位置付け、戦略的に育成してきた。これらの産業は、今後も東京の産業の「成長エンジン」として重要な役割を担っていくと考えられることから、戦略的に育成するとともに、中小企業の新たな参入を促進する。

<戦略のポイント>

(1) 大都市の課題を解決する産業の育成【社会的課題解決型産業】

(健康、環境・エネルギー、危機管理など)

電力供給制約に対応する省エネルギー・新エネルギー分野を含め、大都市の社会的課題の解決に資する健康関連産業、環境・エネルギー関連産業、危機管理産業等を重点産業として育成していく。

(2) 情報発信力を持つ産業の育成【情報発信型産業】

(コンテンツ、ファッションなど)

東京には、世界に情報を発信する多様なマスメディアや巨大消費市場の存在を背景に、コンテンツ産業やファッション産業をはじめとする情報発信型産業(クリエイティブ産業)が集積している。これらの産業は、日々新しい文化的価値を生み出し、高い情報発信力を持つことから、重点産業として育成していく。

(3) 高度技術を活用する産業の育成【都市機能活用型産業】

(航空機、ロボットなど)

東京には、高い技術力を持つ中小企業が数多く立地し、高度な基盤技術が蓄積されている。高度技術の結集であり、関連技術分野が多岐にわたる航空機関連産業、ロボット産業等を重点産業として育成していく。

(1) 大都市の課題を解決する産業の育成【社会的課題解決型産業】（健康、環境・エネルギー、危機管理など）

（社会的課題の解決に産業の力を活用）

- 東京は世界に類を見ない大都市であり、様々な社会問題が先鋭的に現れる。とりわけ高齢化対策、地球温暖化対策、治安の維持・改善は喫緊の課題である。また、東日本大震災とこれに伴う原子力発電所の事故を受けて、防災力の強化や電力供給制約への対応などにも早急に取り組む必要がある。
- これらの社会的課題を解決するためには、行政の力だけでなく、様々な技術やノウハウを持つ産業の力を活用することが有効である。このことは、産業振興の側面から見れば、新たなビジネスチャンスと捉えることができる。
- 社会的課題の解決に資する、いわゆる社会的課題解決型産業には、医療・福祉等を含む健康関連産業、省エネルギー・新エネルギー・リサイクル等を含む環境・エネルギー関連産業、防災・治安等を含む危機管理産業などが挙げられる。都内には、これらの産業に関わる中小企業やベンチャー企業が多数存在することから、今後、高齢化の進行や電力供給制約などによって生じる社会的課題の解決を図る上で、彼らが持つ技術やノウハウの活用を促進することにより、産業を育成する。

（実証実験の場の提供などにより中小企業の参入を促進）

- 社会的課題解決型産業を効果的に支援するためには、各産業分野の現状や特性を踏まえながら、公共部門と民間部門の様々な資源を活かした取組を行う必要がある。都は、庁内の各局が連携することにより、社会的課題やそれを解決する上で必要とされる製品・技術・サービスを明らかにし、広く情報を発信する。また、民間事業者が開発した新しい製品・技術・サービスを実用化するため、行政等が持つフィールドを活用した実証実験の場を積極的に提供する。
- 中小企業の新たな参入を促進するため、重点産業分野などへの転換を図る中小企業に対して、「自社の技術をどのような分野に活かせるか」といった戦略的なアドバイスをするほか、市場調査から戦略策定、製品開発、販路開拓までの一貫した支援を実施する。

<都民の都政への要望（上位5位）>

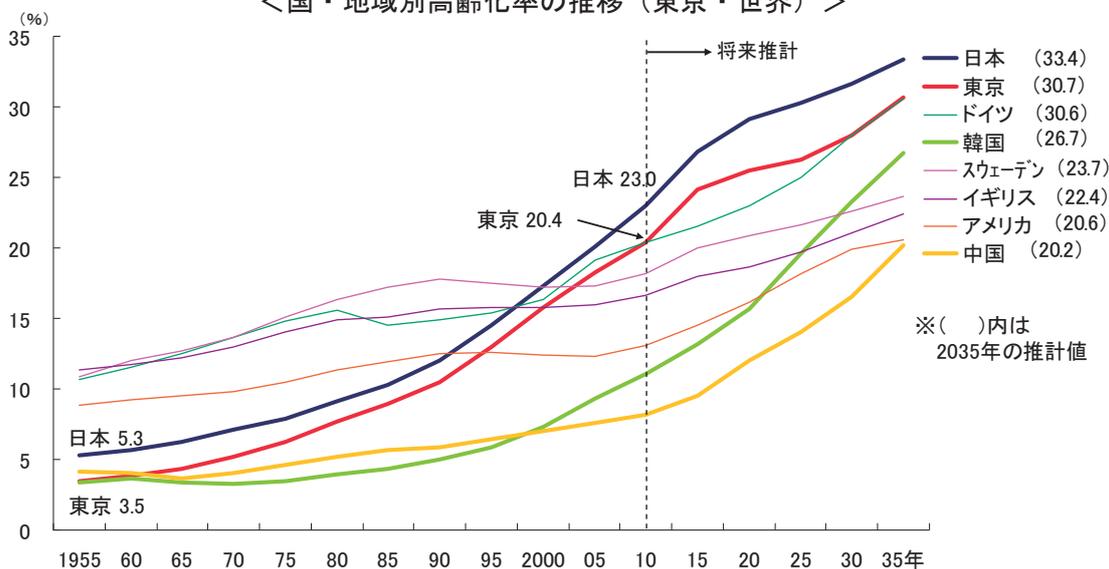
1位	防 災	62.5%
2位	高 齢 者	37.1%
3位	治 安	36.9%
4位	環 境	24.6%
5位	行財政改革	24.6%

（資料）「インターネット都政モニターアンケート」
（平成23年10月 生活文化局）

健康関連産業

- 健康関連産業は、医療、介護・福祉、健康増進などに分類され、ものづくりからサービスまで多様な産業を含んでいる。これらの産業は、技術革新、雇用創出、地域振興の観点からも、有力な成長分野として位置付けることができる。
- 都内には、全国の医療機器製造業者の3割弱が集積するとともに、高度医療施設、大学医学部、研究施設、介護・福祉施設、バイオベンチャーなどが数多く立地し、東京の強みとなっている。
- 1995年以降、東京の高齢化は急速に進行し、高齢化率（総人口に占める65歳以上の割合）は2020年には25%、2035年には30%を超える見通しである。
- 人々の健康志向の高まりとともに、国内における健康関連産業の需要は拡大傾向にある。加えて、先進国における高齢化の進行や、新興国における医療体制充実へのニーズの増加などに伴い、国外市場も中長期的に拡大していくことが予想される。
- 健康関連産業には、身体・生命の安全に関わるため製造物責任等のリスクが高いこと、また、安全管理やアフターケア体制の整備に係る負担が大きいことなどの課題がある。

<国・地域別高齢化率の推移（東京・世界）>



注 東京、日本以外は全年中位推計値。東京、日本は2010年までは「国勢調査」の実績値。2015年以降は、日本は「国勢調査」(2010年)に基づく中位推計値、東京は「国勢調査」(2005年)に基づく中位推計値であり、東京の場合、推計値の基準年が2005年のため、2010年の値とそれ以降の推計値は接続しない。

(資料) 総務省「国勢調査」、国立社会保障人口問題研究所「日本の都道府県別将来推計人口」、国際連合「World Population Prospects, the 2010Revision」

環境・エネルギー関連産業

- 環境・エネルギー関連産業は、環境汚染防止、環境負荷低減、資源有効利用、省エネルギー・新エネルギー等に分類され、装置製造からサービス提供まで多様な産業を含んでいる。また、運輸分野、生活関連分野、電気自動車等の革新的製品分野など、幅広い分野への展開が期待されている。
- 近年、地球規模で環境問題が顕在化し、国際的な取組の必要性が叫ばれる中、地球温暖化対策や持続可能な社会形成に向けた国内外の動きが活発化しており、さらなる市場の拡大が見込まれている。
- 東日本大震災と原子力発電所の事故を契機に、人々のエネルギーに対する関心が急速に高まっている。今後は、省エネルギー・新エネルギーなどの分野で新たな巨大市場の誕生が予想され、大きなビジネスチャンスとして期待されている。
- 和紙のすき返し（古紙再生）、「焼き継ぎ」による陶器の再生、徹底した金属回収など、江戸時代の人々の知恵と工夫から生まれたリサイクル・リユースの伝統は、現代まで確実に受け継がれ、今日の東京が世界をリードし得る分野である。
- 環境・エネルギー関連産業には、社会的認知度の低さや、開発技術の事業化・実用化の困難性などの課題がある。社会的認知度の向上を図るには、消費者や事業者に対して環境製品等の需要を促す各種制度（例：エコポイント制度）を活用した事業展開が有効である。また、事業化・実用化を進める上では、製品・サービスの評価・改善をどのように行うかが課題となっている。

<我が国の環境ビジネスの市場規模及び雇用規模の現状と将来予測の推計について>

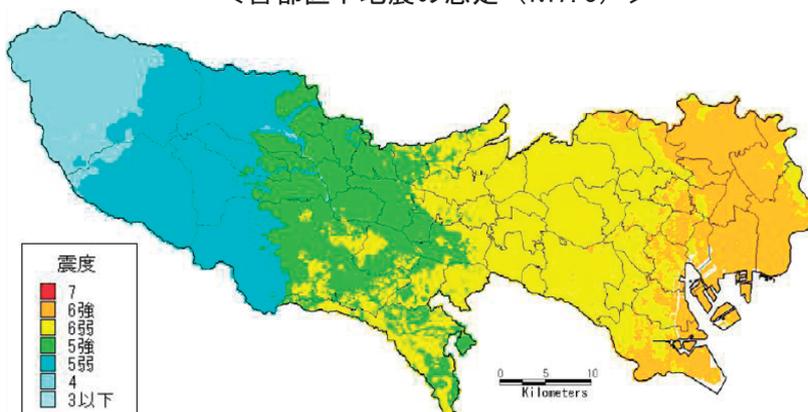
	2006年	2020年
市場規模（兆円）	70	120
雇用規模（万人）	約140	280

（資料）「緑の経済と社会の変革」による市場規模（平成21年 環境省）

危機管理関連産業

- 東日本大震災をきっかけに、人々の防災・減災に対する意識が急速に高まっている。また、首都直下地震や東海・東南海・南海三連動地震の発生も懸念され、様々な主体による防災力強化に向けた取組が求められている。
- 都内の刑法犯認知件数は、平成 17 年以降減少しているものの、都民の都政に対する要望には「治安対策」が毎年上位に入るなど、依然として都民の体感治安は改善しておらず、防犯に対するニーズは高い。
- 防災・減災、防犯、リスク管理等危機管理に対する意識の高まりを背景に、危機管理産業の市場は、国、自治体、病院等のライフライン施設を中心に需要が拡大し、一般の民間企業（オフィス・工場等）や家庭にも広がりを見せている。
- 危機管理産業分野の製品・サービスは多様であり、非常用発電機、自動通報装置、住宅用火災警報器、監視カメラなどは既に一定の市場が形成されている。今後は、安否確認サービス、BCP（事業継続計画）関連コンサルティング、河川水位予測警告システムなどの製品・サービスの拡大が期待される。また、災害対応型自動販売機、傷病者情報集約システムなど、災害対策を付加価値とした製品・サービスが新たに生まれている。
- 危機管理産業分野は、単体の製品・サービスで成り立つものもあるが、複数の製品・サービスを組み合わせた一連のシステムとして成り立つものもある。そこで、企業間の連携によって事業化を図ることが重要である。

<首都直下地震の想定（M7.3）>



（資料）「東京都防災対応指針」（平成 23 年 11 月 総務局）



危機管理産業展 2011

(2) 情報発信力を持つ産業の育成【情報発信型産業】(コンテンツ、ファッションなど)

(東京の魅力を世界に発信する産業)

○ 東京には、多様なマスメディアや巨大な消費市場の存在を背景に、ゲーム・アニメ・映画などのコンテンツ産業やファッション産業をはじめとする情報発信型産業、すなわちクリエイティブ産業が集積している。これらの産業は、より豊かな都市生活の実現に寄与するとともに、東京の魅力を世界に発信する役割を担っており、地域経済を活性化させる新たな成長産業として注目されている。

○ コンテンツ産業やファッション産業などに関わる企業の多くは規模が小さく、知的財産の帰属や制作側の収益性に課題を抱えているケースが多い。

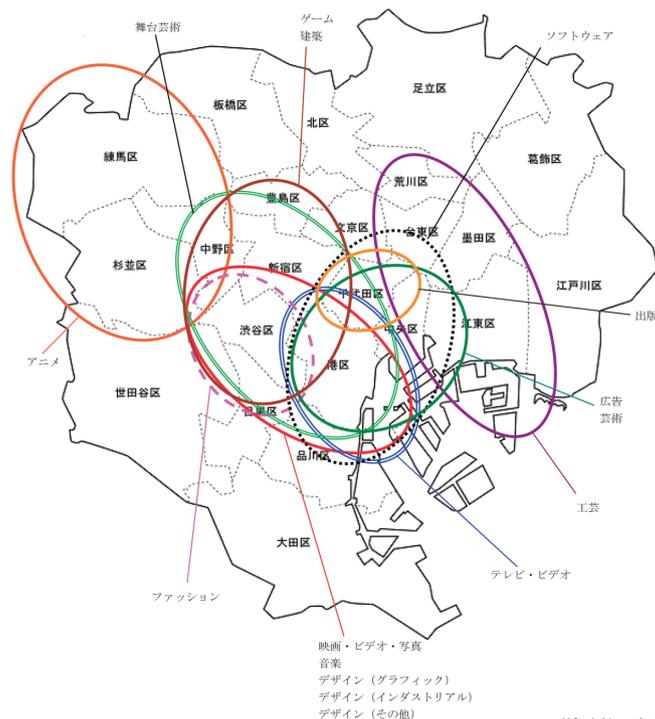
(創造性を経済的価値に転換)

○ 小規模・下請企業における知的財産の創造、活用、保護を支援するほか、キャラクターやデザインの活用を望むものづくり企業との連携や、今後市場の拡大が見込まれる海外への進出など、制作側の収益向上につながる取組を支援する。

○ クリエイターやファッションデザイナー個人の能力を高めると同時に、これからの産業を支える人材の育成やビジネスマッチングにより、産業が創造性を発揮し、創造性を経済的価値に転換する取組を促進することにより、利益を生む仕組みを構築する。

○ 産業界・教育界・行政が緊密に連携して積極的にPR活動を展開するとともに、クリエイティブ産業の集積地としての東京のブランド力を一層高めていくため、情報発信力を強化する。

<クリエイティブ産業の集積状況>

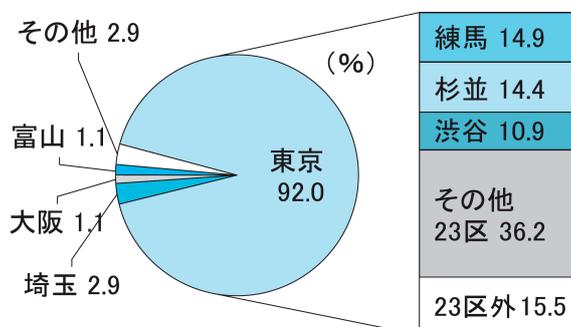


(資料) 産業労働局調べ

コンテンツ産業

- ・ コンテンツ産業は、大きな経済波及効果を持つ産業である。我が国はアメリカに次いで世界2位の市場規模を有し、アニメやゲームでは高い国際競争力を持っている。
- ・ アニメは、その独創性から国内のみならず海外でも高い評価を受けている。アニメを制作する会社の多くが都内に立地し、東京の強みとなっている。
- ・ ゲームは、我が国が世界に誇るコンテンツの一つである。世界市場においては、今後、北米、ヨーロッパをはじめ、中国や韓国などのアジア諸国、中南米、東欧などで市場が拡大するといわれている。また、エンターテインメントとしての性格のみならず、医療・福祉現場における高齢者等の身体機能の維持・向上や教育現場における学習意欲の向上に資するなど、社会貢献的な性格も有しており、幅広い分野への応用が期待されている。
- ・ これまで我が国のコンテンツ産業は国内需要に支えられてきたため、海外市場の開拓が遅れている。現在の国内市場規模は横ばい状態にあるものの、今後は少子高齢化の進行に伴い、縮小していく可能性がある。他方、海外では、中国や韓国などのアジア諸国が台頭するとともに、欧米を中心に3Dなどの次世代技術開発が進むなど、コンテンツ産業における国際競争の激化が予想される。
- ・ コンテンツ産業においては、創造された知的財産が命である。しかし、制作会社に知的財産が帰属せず、収益が十分に確保されないケースが指摘されている。また、キャラクタービジネスをはじめとする、コンテンツを活用した新たなビジネス展開や海外展開を図る上では、知的財産の保護が課題となっている。

＜地域別アニメ制作会社本社数構成比
(全国、2009年度)＞



(資料)「アニメ制作会社の経営実態調査」
(平成22年8月 株式会社帝国データバンク)

ファッション産業

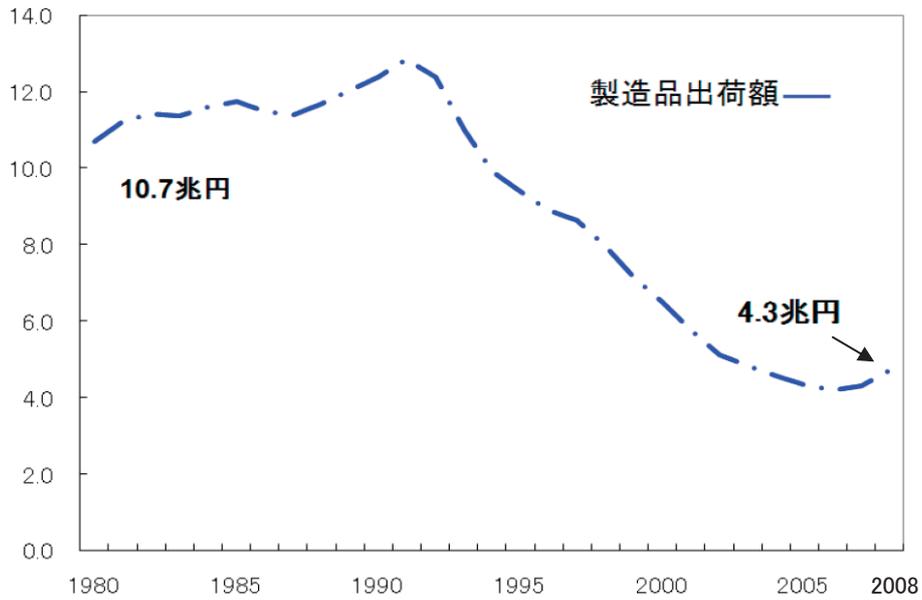
- ・ アジアにおける日本のファッション雑誌の売上部数からも分かるように、日本のファッションは世界から高い関心を集めている。渋谷や原宿のストリートファッションは、個性的な着こなしや先鋭的なスタイルが評価され、海外の多くの若者に影響を与えている。
東京には、多様なファッションを生み出す服飾デザイナーが数多く存在するとともに、ファッション関連製品を扱うメーカー、卸売業、小売業が集積し、高いポテンシャルを持っている。
- ・ 中国をはじめとするアジア等新興国では、急速な経済発展に伴い、富裕層や中間層の増大による購買力の拡大が続いており、国民一人当たりの衣料品年間支出の大幅な増加が見込まれることから、今後は、高価格帯の日本製品でも市場を獲得できる可能性が高い。
- ・ IT機器の普及や消費者ニーズの多様化、意識の変化に伴い、ウェブ、モバイル、テレビショッピングなど様々な販売チャンネルが登場している。これにより、新たな需要が発掘されるとともに、海外展開のチャンスが拡大する可能性を有している。
- ・ 近年、業界を横断的に集めたファッションショーや、ITを活用した一般消費者向けのファッションイベント、家具やプロダクトデザインなどとの合同展示会等が開催されるなど、発信の場が徐々に広がりつつある。
- ・ 一方で、これらのファッションショーや展示会は、海外バイヤーの参加が十分でないとい指摘されている。また、欧米の高級ブランドに対して、糸や生地などの素材を提供している事例は多いものの、海外で東京発のブランドを展開している事例は少ない。さらに、ファッションをビジネスにつなげるため、創作能力のみならずビジネス能力をも併せ持つデザイナーの育成も課題である。

<アジアにおける日本のファッション雑誌の売り上げ部数（2009年7月現在）>

雑誌名	中国	台湾	タイ/マレーシア	日本
「Ray」	98万部	7万部	12万部/ー	18万部
「Mina」	88万部	12万部	ー/5部	25万部
「scawaii」	40万部	8万部	12万部/ー	21万部

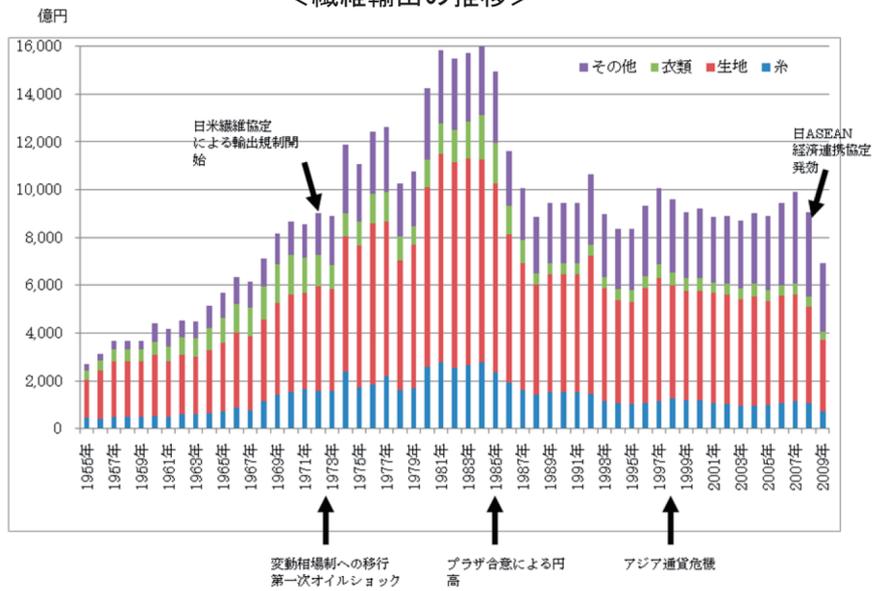
(資料) 「今後の繊維・ファッション産業のあり方に関する研究会報告書」
(平成22年4月 経済産業省)

＜繊維産業の製品出荷額の推移＞



(資料)「工業統計」(平成20年 経済産業省)

＜繊維輸出の推移＞



(資料) 経済産業省 通商白書各論等



「2011 Tokyo 新人デザイナーファッション大賞」
プロ部門デザイナージョイントショー (2011年11月)

(3) 高度技術を活用する産業の育成【都市機能活用型産業】(航空機、ロボットなど)

(高い波及効果が期待できる航空機関連産業・ロボット産業等)

- 航空機関連産業やロボット産業等は、我が国が世界に誇る先端技術を結集した、高度な技術を活用する産業である。また、関連する技術分野が多岐にわたるため、他の産業への応用や高い波及効果が期待されている。
- これらの産業は、いわゆる高度組立産業であり、我が国が持つ高品質・高機能な部材や、製造業の強みであるすり合わせ技術を応用できる分野である。こうした分野における部材の加工やソフトウェアの製造・開発は、中小企業の新規参入が可能な領域でもある。
- 東京には、城南地域や多摩地域を中心に蓄積された高度な基盤技術が存在し、これらの産業に参入し得る高い技術力を持つ中小企業が数多く立地している。また、RT（ロボット技術）、ICT（情報通信技術）、ナノテクノロジー、バイオテクノロジーなどの先端技術に関わる企業も集積している。
- 今後、三環状道路をはじめとする交通インフラの整備により、他の集積地域との連携が一層深まり、産業交流がさらに活発化することが予想されている。そこで、産業交流から生まれる取組を支援することにより、高度技術を活用する分野への中小企業の参入や新事業の創出を促進し、都内産業の活性化を図ることが重要である。

(コミュニティ形成から新事業創出までを総合的に支援)

- 参入を希望する中小企業に対しては、大手メーカーとマッチングできるよう支援するとともに、中小企業の受注力や技術力の強化を図るため、都内ものづくり企業の集積を活かしたグループ化を支援する。
- 航空機関連産業は、安全性確保の観点から高度な技術力と厳しい品質管理体制が要求されるため、技術力のレベルアップや品質管理体制の強化を図る中小企業を支援する。
- 高度加工技術と先端技術を融合させることにより、新事業の創出が期待されることから、産学連携、産産連携、ネットワークによる共同開発、広域連携などを視野に入れ、コミュニティ形成から新事業創出までの総合的な支援を実施する。

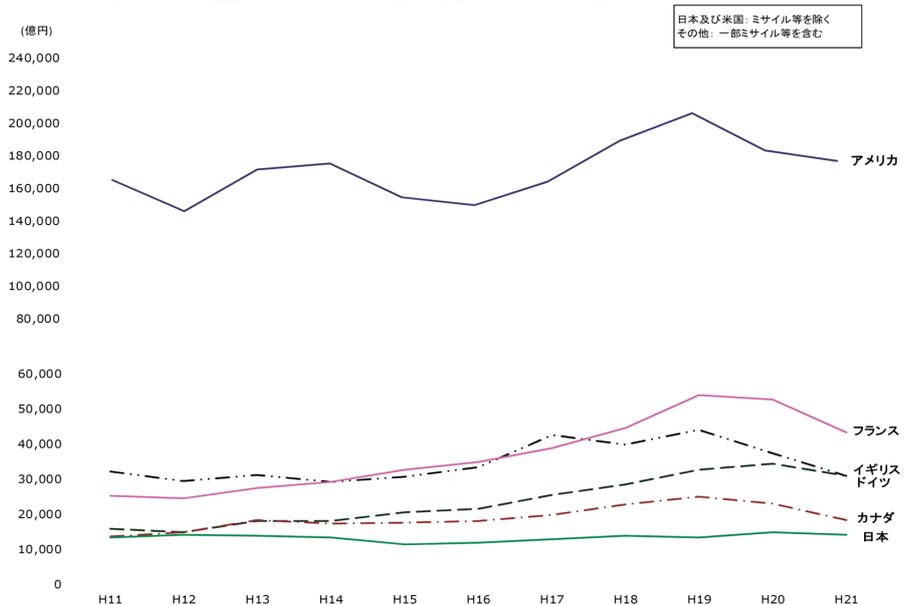
航空機関連産業

- 航空機は一般的に、1機当たりの部品点数が300万点に上るといわれている。航空機関連産業は裾野が広く、技術の波及効果が高い分野である。
- 現在、世界における航空機産業の市場規模は約50兆円（家電産業の6倍以上）といわれている。今後、民間航空機数は年率4%の増加が見込まれ、向こう20年間の市場規模は約300兆円と推計されている。
- 我が国における航空機産業の市場規模は、他の先進国に比べて低い水準にとどまっている。しかし、米国ボーイング社が開発・製造する次世代中型旅客機「ボーイング787」は、機体の約35%を国内部材メーカーが担当するなど、航空機の国際共同開発における日本の存在感が高まっている。同時に、国産の次世代小型旅客機「MRJ¹」の開発・製造も進んでおり、市場の大きな成長が期待されている。
- 都内には、高い技術力を持つ中小企業が多数存在するものの、大手メーカーとの取引開拓を実現するために不可欠な企業同士のマッチングの機会が不足している。また、航空機部品の製造には世界基準の品質管理が求められるため、JISQ9100²やNadcap³認証取得など、部品製造過程における品質管理体制の強化が課題となっている。



東京国際航空宇宙産業展 2011

<世界各国の航空宇宙工業生産（売上）高の推移>



(資料) 各国航空宇宙工業会 Report 他 (日本航空宇宙工業会HPより抜粋)

¹ MRJ：三菱リージョナルジェット

² JISQ9100：航空宇宙産業における品質マネジメントシステム

³ Nadcap：National Aerospace and Defense Contractors Accreditation Program の略。国際特殊工程認証システム

ロボット産業

- ロボット産業は、機械、エレクトロニクス、情報通信などの幅広い技術を統合した産業であり、他の分野への波及効果が高い。
- 近年、高性能ロボットの研究開発は世界的に行われているが、我が国の産業用ロボットは技術力・価格競争力ともに世界のトップレベルであり、世界シェアの約6割を占めている。また、この技術をさらに発展させたヒューマノイドロボット（人型ロボット）の分野でも、我が国は世界で初めて自立型二足歩行を実現するなど、優位性がある。
- 今後、労働力人口の減少、高齢化の進行、防災・減災ニーズの増加などを背景に、医療福祉、危機管理などの社会的課題を解決していく上で、ロボットの活用が期待されている。
- 一方、生活分野で活用される生活支援用ロボットや、医療福祉分野で活用される介護用ロボットなどは、利用者の身体・生命の安全に深く関わることから、安全性、有効性、性能の面で多くの課題が残されており、実用化が進んでいない。
- 災害現場での活躍が期待される災害救助ロボットをはじめとする、行政需要を中心とした製品・サービスについては、実用化に向けた研究開発・実証実験の場の確保が課題となっている。

<ロボットの国内市場見込（2025年）>

製造業分野	1兆4,000億円
生活分野	3兆3,000億円
医療福祉分野	9,000億円
公共分野	5,500億円
計	6兆1,500億円

（資料）「ロボット政策研究会報告書」
（平成18年5月 経済産業省）

1-2 グローバル市場に対応した事業展開を促進する

<要旨>

我が国の経済は、長期的な人口減少により、市場の先細りが懸念されている。一方、海外では、中国やインドをはじめとする新興国で高い経済成長が続き、市場の大幅な拡大が見込まれている。

都内経済が活力を失うことなく持続的に発展していくためには、好調な国外需要を積極的に取り込むほか、戦略的に海外展開を行うなど、多様な事業機会を確実に捉え、グローバルな視点で競争力の強化を図ることが不可欠である。

このため、都内中小企業が外国企業と同じ土俵で対等に競争できる環境を整備し、企業のグローバル化に向けた取組を一層加速させることにより、東京の着実な経済成長を実現していく。

<戦略のポイント>

(1) 海外市場への販路開拓の支援

販路開拓の各段階に応じたきめ細かい支援を行うことにより、都内中小企業が直面する様々な障壁を取り除き、国際的ビジネス機会の拡大を図っていく。

(2) 海外からの集客や国際交流の促進

効果的・継続的な海外プロモーションの展開などにより、外国人旅行者を積極的に誘致するとともに、高い経済波及効果が期待でき、東京の国際的な認知度を向上させるMICE誘致を推進する。

(1) 海外市場への販路開拓の支援

(知的財産支援と連携した販路開拓支援の実施)

- 少子高齢化に伴う国内市場の縮小と新興国など海外市場の拡大を見据え、都内中小企業の多くが海外販路の開拓に高い関心を示している。しかし、資金力やノウハウ・情報の不足から、海外企業との取引を躊躇する企業や、世界に通用する技術や製品を持ちながら思うように販路を見出せない企業は多い。また、現地の商習慣・雇用慣行の違いや知的財産の流出などにより、トラブルに巻き込まれるケースも報告されている。
- 海外企業との取引に際し必要となる情報の提供や、海外ビジネスに精通した企業OB人材を活用した助言など、販路開拓の各段階に応じたきめ細かい支援策を充実させていく。また、東京都知的財産総合センター（以下「知的財産総合センター」という。）のサービスの充実など、国際的な知的財産に関わる様々な支援策を拡充していく。

(新興国の社会的課題に対応した事業展開への支援)

- 成長著しい新興国では、急速な都市化に伴うインフラ整備の遅れや環境対策など、様々な課題が生じており、これらの解決を図る「社会的課題解決型産業」の需要は、今後大幅に拡大することが予想される。こうした状況を好機と捉え、都内中小企業が持つ独自の優れた技術を積極的に現地へ売り込み、国際的ビジネスへと発展させることが重要である。
- 諸都市との連携や交流を通じて、現地のニーズを把握するとともに、社会的課題の解決に資する都内中小企業の先進技術を広くPRし普及を図っていく。

(戦略的な海外進出への支援)

- 生産拠点の移転によって海外展開を志向する企業においては、国内外の拠点の役割をしっかりと整理するとともに、海外展開により生じるリスクを把握した上で機能分化を図ることが必要である。特に、国内拠点では、基幹的な技術を集約して機能の強化・高付加価値化を図り、海外拠点との補完関係を構築することが重要である。また、海外拠点では、国内で生み出した技術や付加価値を、現地市場の特性やニーズに合致するよう改良し、製品やサービスをタイムリーに供給していくことが求められる。
- 海外で成功を収めている国内企業の多くは、信頼できる現地のビジネスパートナーを上手に活用しながら、進出先の実情に応じた事業展開を図っている。
- 中小企業が、進出成功の鍵となる新たなビジネスパートナーシップを構築できるよう、海外に拠点を持つ中小企業支援団体等との連携も検討しながら、現地ネットワークの形成、外国企業との技術提携や販売提携、海外の有力な展示会・見本市等への出展等の支援を行う。あわせて、海外展開を希望する中小企業に対して、税務・法務等の現地情報の提供や金融機関との連携促進への支援など、総合的な支援を検討していく。

(2) 海外からの集客や国際交流の促進

(経済波及効果が高い一方、国際競争が激化している観光産業)

- 観光は多くの産業に大きな経済波及効果をもたらし、飛躍的な成長が見込まれることから、都は国に先駆けて観光を重要な産業と位置付け、これまでシティーセールスなど外国人旅行者の誘致に努めてきた。
また、平成 19 年の観光立国推進基本法の施行、平成 20 年の観光庁の創設など、国も観光立国に向けた体制を強化し、観光産業の振興に注力してきた。
- 東京を訪れる外国人旅行者数は、平成 22 年には過去最高となる約 594 万人に達した。しかし、ロンドン、ニューヨーク、パリなどの観光先進都市と比較すると、依然として大きな隔りがあり、旅行者のニーズや行動特性を踏まえたアプローチが課題となっている。
- また、東日本大震災の発生以降、国内及び東京の観光を取り巻く環境は激変し、外国人旅行者の一時期の急激な減少、観光気運を盛り上げるためのイベントなどの中止や延期、これに伴う観光産業の低迷といった過去に経験したことのない厳しい状況に陥った。
- 観光は今後、世界レベルで市場規模の拡大が見込まれ、都市の経済発展に大きく貢献し得る産業である。このため、世界の各都市が観光振興やコンベンションの誘致に積極的に取り組んでおり、国際都市間競争は一層激化している。このままでは、東京は競争に遅れをとり、ひいては我が国の国際競争力が低下しかねず、より一層の旅行者誘致を推し進めていく必要がある。

(より積極的なインバウンドの推進)

- 事業の推進に当たっては、各国の旅行者によって異なる東京に対するイメージやニーズ、行動特性をきめ細かく分析した上で、国ごとの戦略を明確に持ち、旅行者誘致に取り組んでいく。欧米豪の外国人旅行者誘致については、旅行目的地としての東京のイメージアップを図ることが効果的であり、東京の魅力を積極的に世界に発信して東京の認知度を向上させるとともに、民間事業者と連携したシティーセールスの実施など積極的な観光プロモーションを展開していく。旅行者の増加が見込まれるアジア地域については、民間事業者と連携してアジア各地の旅行事業者等に対し、旅行商品の開発・販売促進や東京の P R の実施等きめ細かい誘致策を推進していく。
- 旅行者の受入体制の整備として、空港など海外とのゲートウェイとなる場所への観光情報センターの整備や、外国人が多く集まるスポットへの多言語案内標識等の整備を進めるほか、東京ならではの資源を活かした魅力的な観光メニューの開発や最新の I C T (情報通信技術) による観光情報の外国人旅行者等への発信などに取り組んでいく。



スペインでの観光プロモーション

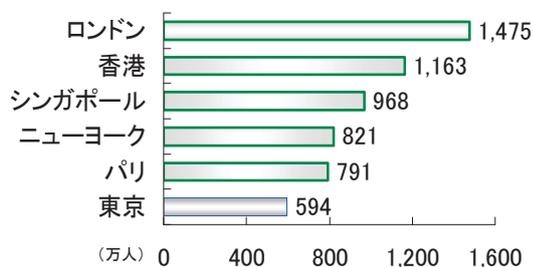
(MICE誘致策の拡充)

- MICE⁴は、関連する分野が多岐にわたり、大きな経済波及効果や東京の国際的なプレゼンスの向上が期待されることから、さらなる振興を図っていく。その際、関係する各主体が協力し、MICE誘致・開催を支える体制を充実させ、東京の強みを活かしたMICEプロモーションを積極的に展開していく。また、東京の伝統や文化を活かした支援メニューを創設するほか、MICEに合わせた観光プランなどMICE参加者をもてなす仕組みづくりを行う。
- MICE人材の確保・育成については、豊富なノウハウを持つ民間人や外国人等の多様な人材を活用することなどにより体制を強化し、活発な誘致活動を展開する。また、大学でのオープンユニバーシティ講座の実施など、産業界や大学機関等と連携しながら、高度なノウハウが求められるMICE人材を育成・輩出し、すそ野を広げていく。

(東京観光財団の体制整備、官民の役割分担と連携を踏まえた観光施策の推進)

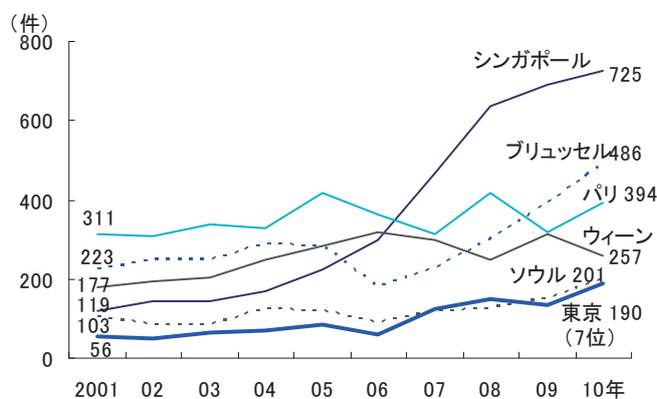
- 都は、これまでの取組を踏まえつつ、ハード・ソフトの両面から施策の充実を図るとともに、施策実施の中心となる公益財団法人東京観光財団（以下「東京観光財団」という。）の体制強化を図っていく。さらに、国や他道府県、区市町村、観光関連団体、民間事業者、都民がそれぞれの役割を踏まえながら、相互に連携した取組を進めていく。

<世界の主な都市の外国人旅行者数>



注 東京は2010年、他都市は2008年・2009年の数値
 (資料) 「Global Power City Index YEARBOOK 2010」
 (平成 23 年 2 月 財団法人森記念財団) 等より作成

<都市別国際会議の開催件数推移 (世界)>



注 2010年の開催件数上位5都市及び東京。
 (資料) 日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」等より作成

⁴ MICE : Meeting (企業会議)、Incentive (企業の報償旅行)、Convention (国際会議)、Exhibition (イベントや展示会) の総称