

## 戦略4 都民生活・地域社会のニーズに対応した事業を 活性化する【地域産業】

東京には、人口や企業の集積を基盤とする巨大なマーケットがあり、他の都市では成立し得ないニッチな産業やきめ細かい産業が成立すると考えられる。

経済のグローバル化によって「外のニーズ」に視野を広げる必要がある一方で、足元に市場が広がる「内のニーズ」にもしっかりと目を向けるべきである。

都内の様々な事業主体にとって、足元に広がる魅力的なマーケットや豊富な地域資源の存在は、大きなアドバンテージである。地域経済を活性化し、それを都内全体に波及させていくためには、以上のような視点を踏まえ、サービス産業、地域密着型ビジネスや社会的事業、農林水産業、地域資源を活かした観光などの振興に取り組んでいく。

### 4-1 サービス産業の振興や社会的事業の育成を図る

- (1) サービス産業の振興
- (2) 地域密着型ビジネスや社会的事業の育成

### 4-2 商店街の活性化を促進する

- (1) 商店街の活性化

### 4-3 都民生活に密着した農林水産業を振興する

- (1) 農業の振興
- (2) 林業の振興
- (3) 水産業の振興

### 4-4 多様な資源を活かして地域の観光を振興する

- (1) 地域資源を活かした観光振興

## 4-1 サービス産業の振興や社会的事業の育成を図る

### <要旨>

我が国の経済は、国際競争力を持つ自動車や家電を中心とする製造業が牽引してきた。一方で、今日の世界経済は着実にサービス化が進行しており、GDP・雇用の両面において、サービス産業が占める割合は、ほぼ一貫して増加傾向にある。東京でも、卸売・小売を除く第3次産業の従業者数は全体の6割を超え、サービス産業の重要性は高まっている。

サービス産業の特性として、開業率が製造業より高く、新ビジネスの創出が期待されること、ライフスタイルの変化等に伴い新たな需要が拡大していること、地域の雇用を生み出すと同時に地域のブランド力を高める効果が見込まれることなどが挙げられ、都内経済の活性化を図る上での役割は大きい。

一方、様々な都市機能が集中する東京では、ニッチなニーズに対応したビジネスが成立する。地域課題を解決し、豊かな都民生活を実現するためには、これらのニーズを見つけ出しビジネス化する中小企業等の取組を促進することが重要である。

近年、地域課題の解決などを目的とする社会的事業をビジネスとして行う「社会的企業家」などと呼ばれる人々や、その企業活動が注目されている。

東京ならではのニッチなニーズに対応した新ビジネスの創出や、都市に山積する様々な社会的課題の解決、市民主体による地域経済の活性化などを実現するため、サービス産業や社会的事業などの課題を把握し、その課題に的確に対応した支援策を講じていく。

### <戦略のポイント>

#### (1) サービス産業の振興

都内で存在感を強めるサービス産業について、生産性向上や人材育成を図るとともに、東京ならではの新しいビジネスモデルの開発や海外展開などの取組を支援することにより、サービス分野における新たな需要の創出・拡大を図る。

#### (2) 地域密着型ビジネスや社会的事業の育成

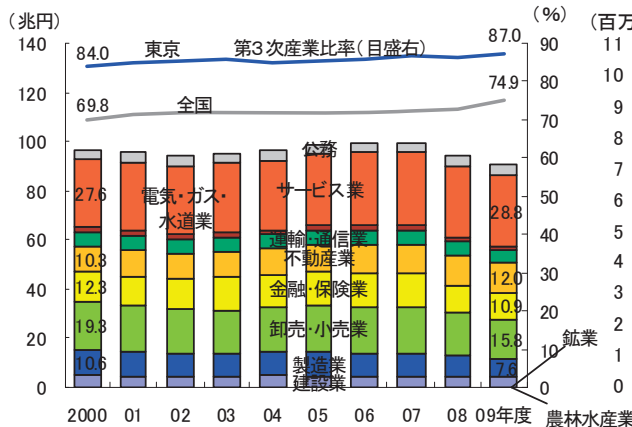
他の地域では成立し得ないニッチなビジネスや多様な地域資源を活用した地域密着型ビジネスの創出に向けた取組を支援する。また、大都市で顕在化する社会的課題の解決を担う社会的事業の育成を図っていく。

# (1) サービス産業の振興

## (存在感を強めるサービス産業)

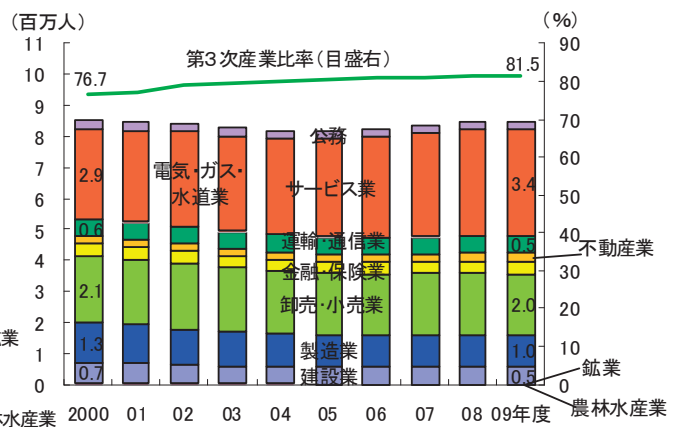
- 東京では、総生産額の 87.0%、就業者数の 81.5%を、サービス産業をはじめとする第3次産業が占めており、消費面でも財（商品）とサービスの割合がほぼ半々となっているなど、サービス産業が存在感を強めている。

<産業別都内総生産額、第3次産業比率の推移(東京)>



注 全国の第3次産業比率は暦年。輸入品に課される税・関税、帰属利子等の控除を除く  
(資料) 東京都「都民経済計算」、総務省「国民経済計算」

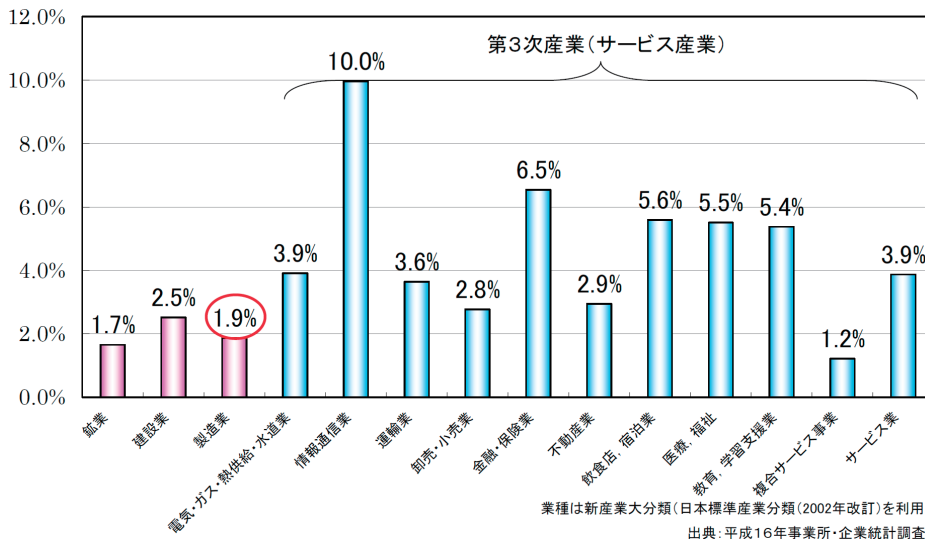
<産業別就業者数、第3次産業比率の推移(東京)>



注 就業地ベースで算出。  
(資料) 東京都「都民経済計算」

- サービス産業には、医療・介護・福祉、教育、ビジネス支援、観光・余暇など、実に多様な分野が含まれる。他産業と比べて、新規開業率が高いことや、より雇用を生み出す力が高いことなどの特徴がある。また、日本のサービスはハイレベル・高品質との評価もある。

<業種別開業率(平成13年10月からの32ヶ月の平均)>



業種は新産業大分類(日本標準産業分類(2002年改訂)を利用  
出典:平成16年事業所・企業統計調査

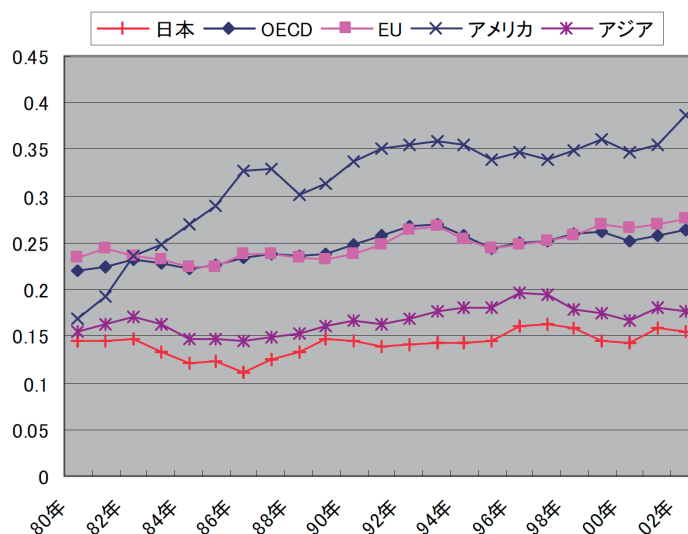
(資料)「サービス産業におけるイノベーションと生産性向上に向けて」  
(平成19年4月 サービス産業のイノベーションと生産性に関する研究会(経済産業省))

- サービスは、無形性、同時性（提供と同時に消滅）などの特性を持つため、サービスの提供場所（立地）が経営に大きく左右する。人口が集積する東京では、他の地域では成立し得ない様々なサービスが成立する可能性がある。こうした東京の強みを活かしていくことが重要である。
- 一方で、我が国のサービス産業は先進諸国と比べて労働生産性が低いといわれている。サービス産業の生産性を向上させるには、設備投資やITの活用など、経営の合理化を積極的に進めることが必要である。さらに、サービスの主要素である「人」の意欲・能力を高め、付加価値を生み出すことのできる人材を育成することが重要である。

### （新サービスの創出に向けて）

- 都は、平成 23 年度から技術開発を伴う新サービスの創出に係る支援を行っている。今後は、健康、福祉、観光などサービス産業の中でもこれから発展が期待される分野、都民生活の向上や都市課題の解決に寄与する分野に照準を定め、企業や起業家等による新サービスの創出を促進するための施策を検討していく。
- 我が国の貿易に占めるサービスの割合は、世界の他の地域と比較して低い水準にとどまっているが、高品質な東京のサービスは諸外国でも市場を獲得できる可能性が高い。現に、宅配便や美容院などの分野では、日本におけるきめ細かいサービスが諸外国に受け入れられている事例がある。
- こうした事例を踏まえ、まずは先進事例の収集・分析を実施し、その後、例えばサービス分野における東京モデルともいべき新しいビジネスモデルの開発や海外展開の取組への支援など、サービス産業への支援を拡充し、生産性向上や新サービスの創出に向けた検討を進めていく。

＜主要地域・国のサービス輸出／財輸出比率＞



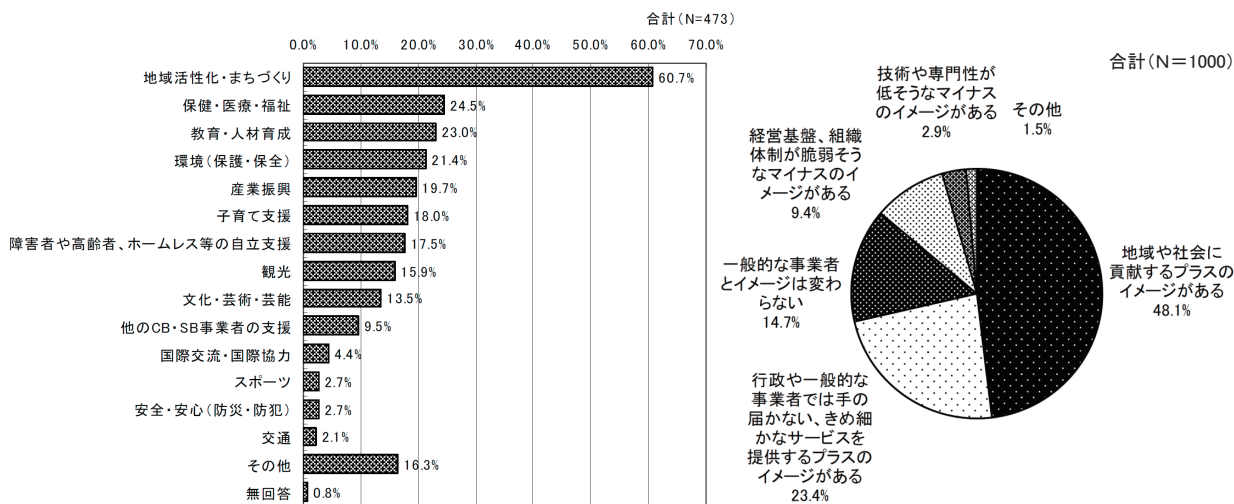
（資料）「サービス産業の現状と課題」（平成 16 年 6 月 経済産業省）

## (2) 地域密着型ビジネスや社会的事業の育成

### (社会的事業に対する期待の高まり)

- 東京は、少子高齢化の進行、環境問題、安全・安心の確保など、大都市に共通する課題が顕著に現れる地域であるとともに、社会状況の変化に伴い都民ニーズが多様化してきている。
- このような社会的課題の解決を図る上では、従来、一義的には行政が主体となって取り組み、ボランティアやNPOなどが行政を補完し、また行政の代わりに担ってきた。しかし近年、市民自らが当事者意識を持ち、ビジネスとして社会的課題の解決を積極的に図ろうとする動きが盛んになってきている。これらの活動は「社会的事業」(ソーシャル(コミュニティ)ビジネス)、その実施主体は「社会的企業家」などと呼ばれ、地域の、又は地域を越えた社会的課題解決の担い手として期待されている。

＜ソーシャルビジネスの事業分野／ソーシャルビジネスに関するイメージ＞



(資料)「ソーシャルビジネス研究会報告書」(平成20年4月 経済産業省)

- 社会的事業の活動は全国で徐々に広がりつつあるが、まだ緒に就いたばかりといえ、その担い手の絶対数は不足している。大都市特有の課題が先鋭的に顕在化する東京では、様々な分野で社会的企業家が担う役割は大きいと考えられる。今後、高齢者や女性なども含めた多くのプレーヤーが社会的事業に参入することが望まれる。
- 一方で、様々な都市機能や人口の集積はニッチなニーズに対応した市場を生み出し、他の地域では実現し得ないビジネスの成立を可能にする土壌が東京には備わっている。さらには、伝統工芸などの産地技術や豊富な農林水産物、都内各所に存在する観光・文化資源など、東京にはビジネスの種となり得る多様な地域資源がそろっている。このような東京のポテンシャルを活かした地域密着型のビジネスが活発に行われることにより、新たな雇用が生み出され、地域社会や経済の活性化につながる。

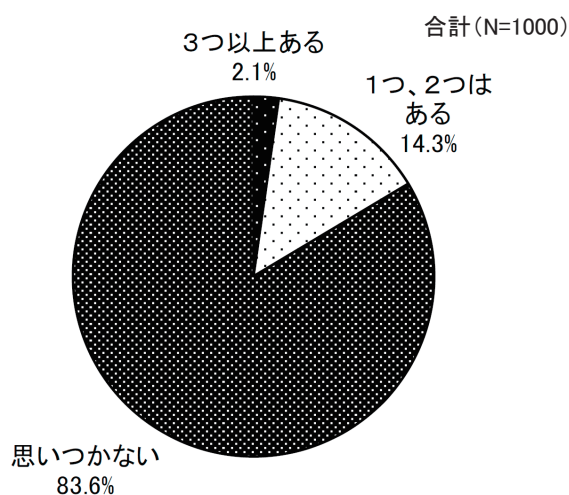
### （地域に密着したビジネスの創出への支援）

- 都は現在、東京都地域中小企業応援ファンドを通じて、都市における社会的課題の解決や東京の地域活性化に資する新商品・新サービスの開発・事業化を支援している。今後もこのような取組を継続していくことにより、さらなる新ビジネスの創出を通じた都内経済や地域の活性化を図っていく。

### （社会的企業家への支援）

- 他方、社会的事業は、事業を行う際の資金調達力が弱く、また担い手となる人材に加え、それらを支援・育成する人材も不足しているなど課題がある。こうした課題を解決することにより、社会的企業家が地域と一体となり、地域や社会の課題解決に向けて取り組めるよう支援策を講じていく。また、社会的事業に対する世間の認知度はまだ低いため、セミナー等を通じて、社会的事業が社会や地域に及ぼす様々な効果や具体的な取組事例を紹介していく。

＜ソーシャルビジネスの具体的事例に関する認知度＞



（資料）「ソーシャルビジネス研究会報告書」  
（平成 20 年 4 月 経済産業省）

## 4-2 商店街の活性化を促進する

### <要旨>

商店街は、様々な商品やサービスを提供する商業の場であると同時に、地域住民が行き交い集う場としても、その機能を発揮している。これらの機能を併せ持つ特徴から、近年、地域コミュニティの担い手として期待が寄せられている。

地域コミュニティでは、誰もが買物を楽しめ、必要なものを適価で手に入れられることが望ましい。そこで、商店街がその期待に応えるために、まずは商業機能を強化する必要がある。近年、商店街の担い手の高齢化等に伴い空き店舗が増加するなど、商業機能の低下が指摘されていることから、商業機能を支える新たな担い手を育成していく。

加えて、買物弱者等の問題への対応など、地域住民の生活を支え、地域コミュニティの核として重要な役割を担う商店街の活性化を図ることにより、都内経済の活性化と都民生活の向上を実現していく。

### <戦略のポイント>

#### (1) 商店街の活性化

区市町村や商店街と緊密に連携しながら、今後も、防犯、防災、環境対策など、東京が直面する重要な課題の解決に結び付く取組を含め、商店街が地域コミュニティの中で適切にその役割を担うことができるよう、その意欲あふれる多様な取組を支援し、効果的な振興策の実現を図っていく。

## (1) 商店街の活性化

### (厳しい経営環境の中、賑わいのある商店街が多数存在)

- 近年、商店街の衰退が全国的に深刻な問題となっている。多くの商店街が、経営者の高齢化や後継者不足、消費者ニーズの多様化、大型店舗の進出、激化する低価格競争などの課題を抱え、厳しい経営環境に立たされている。
- 一方、都内、特に区部においては、公共交通機関のネットワークが高度に発達しており、消費者の徒歩による買物行動が多く見られることから、賑わいのある商店街が多数存在し、全国的に見れば稀有な地域といえる。
- 各個店が専門家として、取り扱う商品に関連する豊富な知識と情報を持ち、フェイス・トゥ・フェイスでの販売を通じて顧客との関係を築くことができることも商店街の特性の一つである。こうした特性を活かし、大規模小売店舗やコンビニ等とは異なる競争優位性を構築していくことが重要である。

### (地域コミュニティの場としても重要な商店街)

- 意欲ある商店街では、防災・防犯対策、高齢者・障害者福祉、子育て支援、環境美化、祭りやイベントなどのコミュニティ活動を通じて、まちづくりや地域おこしに貢献している。地域社会に対して多面的な機能を発揮するこれらの商店街を、重点的に支援していくことが重要である。
- 元来、商店街は地域社会の中心にあって、単なる商業の場としてだけでなく、地域コミュニティの場として重要な役割を担っている。社会構造の劇的な変化を背景に、地域社会から本来のコミュニティ機能が失われつつある今こそ、商店街は地域コミュニティの担い手として重要である。
- 商店街がかつての賑わいを取り戻し、地域住民にとってますます必要とされる存在となるためには、一義的には「魅力的な商品やサービスを提供する」という個店の経営努力が必要である。また、大型店やいわゆる駅ナカとの競合が激化する中で、競争条件の整備をどのように図っていくかを検討する必要がある。加えて、商店街全体が、日々変化するニーズを的確に捉え、そのニーズに応える取組を着実に実施していくことも必要不可欠である。

### (商店街の意欲あふれる取組を支援)

- こうした認識に立ち、区市町村と緊密に連携しながら、今後も、防犯、防災、環境対策など東京が直面する重要な課題の解決に結び付く取組や、買物弱者への対応策の検討などを含め、商店街が地域コミュニティの中で適切にその役割を担うことができるよう、その意欲あふれる多様な取組を支援し、効果的な振興策の実施を図っていく。



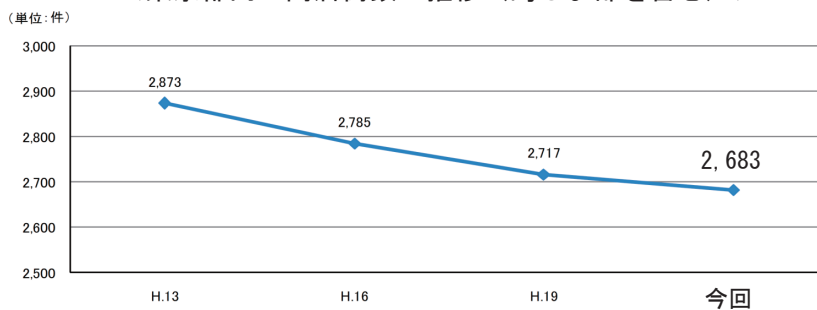


第7回商店街グランプリ 優秀賞（平成23年度）  
 「立川南口 ISM Spring Event 2010 立川フラメンコ」  
 立川南口すずらん通り商店街振興組合  
 立川南口いろは通り商店街振興組合

### （商店街を支える新たな担い手の育成）

- 商店街の活力は、商店街の担い手である商店経営者が支えている。商店街の継続的な活性化を図るため、商店街を支える新たな担い手の育成を図る。

＜東京都内の商店街数の推移（島しょ部を含む）＞



資料：「東京都商店街実態調査報告書」（平成22年度 産業労働局）

## 4-3 都民生活に密着した農林水産業を振興する

### <要旨>

東京の農林水産業は、区部、多摩地域から小笠原諸島、沖ノ鳥島までの南北約1千7百キロにわたる広大なエリアで、それぞれの地域特性を活かした事業を展開しており、都民に新鮮な農林水産物を提供している。また、その生産基盤である農地や森林、海や川は、都民生活に憩いや潤いをもたらしている。

そこで、消費者に近い生産立地環境を活かし、多様な都民ニーズを迅速に経営に反映することで高い収益性を上げる農業など、創意工夫あふれる農林水産業経営の推進を支援する。

東京の農林水産業を都民生活に密着した産業として発展させるため、都民ニーズに最大限応えながら、都民の理解と協力を得て、農林水産業施策を着実に推進していく。

### <戦略のポイント>

#### (1) 農業の振興

大都市東京に立地する特色と優位性を活かし、多様な流通ルートの構築、新技術の導入や施設化などによる生産性の向上、農業と加工・サービスの組み合わせによる経営の多角化などにより、限られた農地面積で最大限の収益を上げ、収益性の高い農業経営の実現を図る。

#### (2) 林業の振興

林道などの基盤整備、施業の集約化や林業経営力の強化、林業労働力の確保・育成などを一体的に実施するなど、効果的な林業振興施策を展開することで施業コスト等の削減を図り、林業を再生していく。また、多様なセクターと連携することで多摩産材の供給体制整備や需要拡大に取り組み、森林の伐採、利用、植栽、保育という循環を促進していく。

#### (3) 水産業の振興

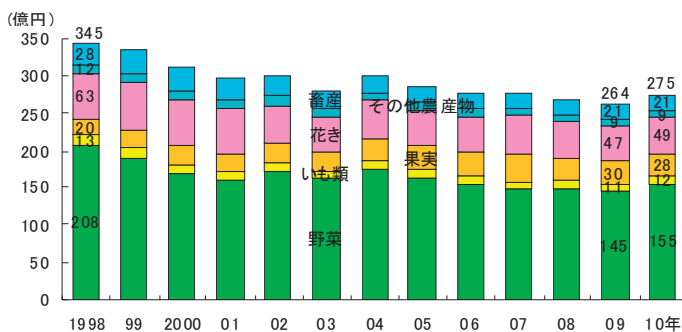
各島の漁業資源・操業実態に応じて、地元町村や関係団体との連携の下に、魚礁設置などの漁場整備を進めるとともに、特定の魚種などに依存しない多様な操業体制の構築や、効率的な漁業操業、未利用資源の活用、販路の拡大などにより、安定した漁業経営の実現を図る。また、漁業協同組合の経営改善についても引き続き支援していく。

## (1) 農業の振興

### (多種多様な展開がみられる東京の農業)

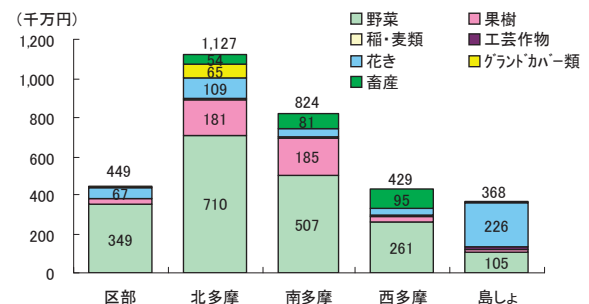
- 東京では、それぞれの地域特性を活かした特色ある農業が営まれている。都市地域では、施設栽培により狭小な農地を最大限に活用した収益性の高い農業が展開され、山村地域や島しょ地域では、豊富な流水や温暖な気候等の自然環境を活かした特産物の生産が行われている。生産品目は、都内総産出額の約6割を占める野菜類のほか、果樹類、花き・植木類、畜産物など幅広く、バラエティの豊かさが東京農業の特徴となっている。また、大消費地にある利点を活かした加工・直売・観光にわたる複合的経営など、多種多様な農業経営の展開が見られる。

<種類別農業産出額>



(資料) 農林水産省「生産農業所得統計」

<地域別農業産出額 (平成 20 年) >



注 植木を除く

(資料) 産業労働局調べ

### (減少する農地、都市化に伴う生産環境の悪化)

- 一方で、都内の農地は、都市化の影響や農家の相続などをきっかけに年々減少しており、生産機能など農地が果たしている大切な機能が失われている。
- 東京の農業は収益性の悪化、農業者の高齢化や後継者の不足など、我が国の農業に共通する問題に加えて、都市化に伴う生産環境の悪化や高い税負担など、大都市特有の問題を抱えている。このため、生産技術はもとより、食の安全・安心の向上のための管理技術の活用、経営感覚に優れた人材の確保・育成や経営体の法人化などによる経営体の強化、情報技術等の活用による効率化、農産物の多様な販路開拓、意欲ある経営体への農地の利用集積など、産業力強化に向けた取組が課題となっている。
- また、都市農地は、現行の農地制度や税制度のもとで大きく減少してきたが、都民生活やまちづくりの中で果たす都市農業・農地の意義と役割を評価し、保全していくことが必要である。

### （他産業との融合による収益性の高い農業経営の実現）

- 東京の農業を魅力ある産業として発展させていくためには、消費者ニーズの反映、多様な人材の活用、産業間連携の可能性など、大都市に立地する特色と優位性を活かして、都民生活に密着した農業を展開することが重要である。そのため、農業者の創意工夫とチャレンジ精神を発揮した、個性ある経営を展開していく。また、新技術の導入や施設化などによる生産性の向上、農業と加工・サービスの組合せによる経営の6次産業化などにより、収益性の高い農業経営の実現を図っていく。



収益性の高いコマツナハウス栽培

- 農業体験農園や観光農園、ファーマーズレストランの開設など、将来の都民のライフスタイルなどを見据えて、都民ニーズを積極的に開拓し経営に活かす、新しい農業経営を確立する。



都民ニーズにマッチした体験農園

- また、商店街での地場農産物の販売や特産農産物を材料とした加工品の製造・販売、農業体験や農産物の直売を観光資源として積極的に活用するなど、農業と商工業、観光業などの地場産業が連携し相乗効果を発揮することにより地域の活性化を図る。

### （東京都農林総合研究センター等による多面的な支援）

- 農業者や企業からの地場農産物を活用した新商品開発に向けた相談対応や、試作のための施設開放、技術支援の実施、加工施設の整備や流通促進の支援など、新商品の開発を総合的に支援する。
- 農産物価格が低迷する中で、都内産農産物を有利に販売していくため、東京独自の新たな品種の開発や育成を行うとともに、都内各地にある個性豊かな農産物・加工品の商品性向上や都民への積極的なPRなどによりブランド化を推進する。また、高付加価値化に向けて、東京都農林総合研究センター等において新たな栽培技術や特産農産物の研究開発を推進する必要がある、より効果的・効率的な研究を推進するため、農林水産関連の研究所間の広域的な連携や、産業サポートスクエア・TAMA を核とした商工分野・人材育成分野の支援機関との連携をより一層進めていく。

### （農業生産基盤の整備）

- 農業の生産基盤となる都内農地の環境は、平坦な農業振興地域や急峻な傾斜地にある山村地域、防風林に囲まれた小規模な農地が多い島しょ地域、住宅地に囲まれた都市地域など、それぞれ異なる。こうした地域において、効率的で生産性の高い農業や、都市に調和した農業を展開するため、各地域の特性を踏まえた、きめ細かい農業生産基盤の整備を実施するとともに、耕作放棄地の解消と農地の利活用を推進する。生産緑地については、区市と連携・協力して追加指定を積極的に行い、都市農地の確保・保全に努めていく。

### (地産地消のネットワークの整備)

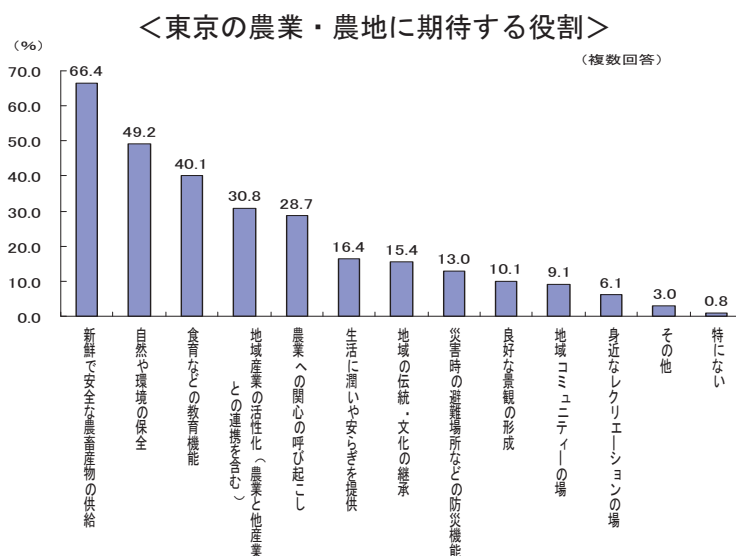
- 東京全域をエリアとした地産地消のネットワークを整備し、新鮮な都内産農産物を求める都民ニーズに応えるとともに、各地域の農産物の地元での販売を促進していく。

### (島しょ地域の農業への支援)

- 島しょ地域の農業は、花き・観葉植物やアシタバなど特産野菜の産地化が図られ、市場に出荷されている。また、小笠原村では、亜熱帯性の気候を活かし、パッションフルーツなど熱帯性果樹の生産などが行われている。このような島しょ地域の農業生産を安定させるため、農道や農業用水施設などの基盤整備を着実に実施するとともに、季節風、台風対策としての防風施設やハウス施設などの整備を推進する。また、東京都島しょ農林水産総合センターによる試験研究や普及指導を着実に推し進め、特色ある島しょ地域の農業を振興していく。

### (都市農業・農地の位置付けの明確化などを国に要望)

- また、東京における農地減少の大きな要因となっている農地制度や税制度は国の所管であることから、都市農業・農地の位置付けの明確化とともに、生産緑地制度と相続税制度などの改善を国に要望していく



(資料)「インターネット都政モニターアンケート」  
(平成 21 年 6 月 生活文化局)

## (2) 林業の振興

### (森林整備、コスト削減等による林業の再生)

- 東京の森林は、東京都の面積の約4割を占めており、木材の供給をはじめ、水源のかん養、土砂災害や洪水の防止等、都民生活に欠かすことのできない機能を持ち、常にその役割を果たしている。また、林業は、森林整備と木材利用の循環をつくり、森林の持つ多面的機能の維持・増進に貢献している。
- 林業の中心である多摩地域の山間部では、急峻な地形が多いことや所有が小規模に分散していることなどにより、伐採、搬出等のコストが高く、木材価格の下落とあいまって林業経営を圧迫し、林業従事者の高齢化・減少により森林の十分な管理が困難となっている。
- このため、林道等の基盤整備、施業の集約化、林業経営力の強化、林業労働力の確保・育成等を一体的に実施するなど、効果的な林業振興施策を展開することで施業コストの削減を図り、収益性の高い林業経営を確立し、林業を再生していく。



整備された林道

### (多摩産材の利用拡大)

- 森林の循環を促進し、優良な木材を持続的に生産するためには、多摩産材の品質確保などによりブランド化を図り、需要を創出していくことが不可欠であるため、都は多摩産材の利用拡大に取り組んでおり、供給体制整備と需要拡大の両面から対策を推進している。また、自然エネルギー源として木質バイオマスなどの活用も視野に入れていく。
- 供給体制整備においては、製材所などへの施設整備に加え、多摩産材の生産・加工・流通プロセスにおける課題やコスト構造を分析し、そのプロセスの効率化やコストダウンなどに取り組むことにより、他の産材に対する商品としての競争力を高めていく。  
また、需要拡大においては、民間における多摩産材の利用を促進すると同時に、「東京都公共建築物等における多摩産材利用推進方針」を踏まえながら、庁内での率先利用はもとより、区市町村、関係団体等での利用も促していく。



多摩産材の製材

### (3) 水産業の振興

#### (水産業を取り巻く厳しい経営環境)

- 東京の水産は、島しょ地域を中心に営まれ、好漁場に恵まれているという利点を活かし、都民に新鮮な水産物を供給している。しかし、島しょ地域の基幹産業である水産業は、水産資源の減少や海洋環境の変化により漁獲は減少し、漁価の低迷、燃油高騰に伴う操業コストの増大等により、経営環境は厳しさを増している。漁家経営の安定を図るため、漁業資源の回復や操業の効率化、労働力の確保等が課題となっている。

#### (安全で新鮮な水産物の提供)

- 水産物は豊かな栄養素を含むことからバランスの取れた健康な食生活を送る上で不可欠な食品だが、その魅力や東京産水産物に対する理解は十分に進んでいない。したがって、東京産水産物の魅力の発信や料理方法などについて、都民の理解を深める取組が不可欠である。

- 東京の水産物に関する食育活動について、教育現場をはじめ様々な機会を活用し展開することで、東京産水産物に対する理解を深めるとともに、その魅力を都民に伝えることで消費拡大を図っていく。



東京産の魚を扱った料理講習会

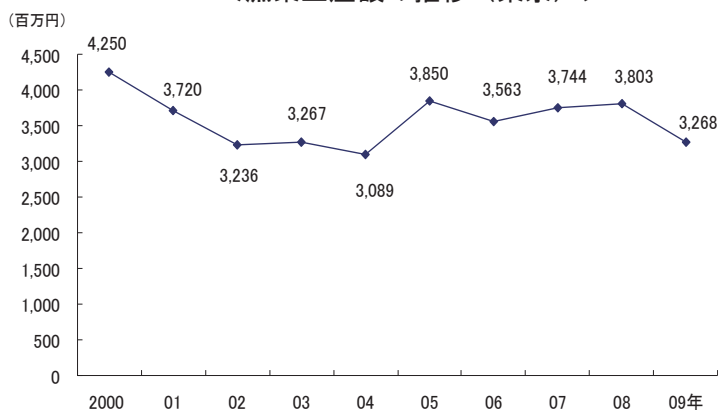
#### (漁場整備、漁協の経営基盤強化等)

- 各島の漁業資源・操業実態に応じ、魚礁設置などの漁場整備を進めるとともに、特定の魚種などに依存しない多様な操業体制の構築や、漁業の協業化、未利用資源の活用、多様な流通ルートの構築などにより、収益安定に向けた経営改善を図っていく。また、漁業協同組合の経営改善についても引き続き支援していく。



タカベ漁の様子

< 漁業生産額の推移 (東京) >



(資料) 産業労働局調べ

## 4-4 多様な資源を活かして地域の観光を振興する

### <要旨>

今日の旅行形態を見ると、個人旅行が増加するなど、旅行者が地域の人々と関わりを持つ機会が重要となっている。

また、東京は日本の政治、経済、文化の中心であり、成長産業が集積しているとともに、江戸東京の歴史や文化を感じる一方で、多摩・島しょ地域には豊かな自然が存在するなど、多様な観光資源が存在している。

何度訪れても楽しめる、新たな魅力を創出するため、地域の特色ある資源を活かした旅行者誘致の主体的取組に対する支援などを実施し、着実に観光振興施策を実施していくことで旅行者を呼び込み、あわせて地域の観光関連産業などの振興を図る。

### <戦略のポイント>

#### (1) 地域資源を活かした観光振興

地域資源を新発見・再発見するとともに、東京における地域ごとのイメージを明確化し、旅行者の誘致を推進する。



## (1) 地域資源を活かした観光振興

### (地域資源の新発見・再発見や地域イメージの確立)

- 多様化する旅行者ニーズに対応するためには、様々な地域資源を活用していくことが重要である。東京には、伝統的な文化や賑やかな街並み、豊かな自然等、観光振興に活用し得る多様な地域資源が存在する。しかし、観光資源としての価値が十分に理解されていないこと、特色ある地域ごとのイメージが鮮明になっていないことなどが課題となっている。旅行者が東京を何度訪れても楽しめる、新たな魅力を創出するとともに、東京における地域ごとのイメージを明確化していく。

### (水辺を活かした地域観光振興)

- かつては、江戸の中心部の2割を水路が占め、隅田川を軸に浅草、両国などの市街地が発展してきたことなどから、多くの歴史的な観光資源が水辺を中心に広がっている。そこで、舟運を利用する観光ルートの開発など、水辺を活かした多様で魅力ある取組を推進し、水辺に賑わいを創出することにより、多くの旅行者を集客する環境を整備する。



隅田川カフェ

### (多摩地域及び島しょ地域の観光振興)

- 多摩地域は、都心に近接しながら豊かな自然に恵まれ、歴史、文化、産業など多くの魅力ある観光資源が存在する。
- 島しょ地域は、外洋に囲まれ豊富な海洋資源に恵まれるとともに、島々により異なる多様な魅力を有している。
- これらの地域においては、自然に親しめる観光拠点の整備や体験型観光の促進を図っていくなど、地域の特色を活かして、旅行者の誘致を推進する。

### (広域的な観光振興)

- 広域的な観光振興を図るためには、点在する観光資源をつなぎ回遊性を高めることが重要である。広域自治体としての役割を発揮し、区市町村との連携により地域に点在する資源を周遊ルートでつなぐことで観光振興を推進していく。

### (多言語による情報発信)

- 国内外から旅行者を誘致するためには、東京の観光情報を発信していくことが重要である。地域資源を活かした観光ルートや展示会等のイベント情報などを、東京観光財団のウェブサイトや観光パンフレットなどにより多言語で一層広く発信していく。

#### <旅行者にアピールしたい東京の魅力>

江戸・東京の情緒を伝える街並み	62.9 %
神社仏閣、公園、庭園等の歴史的・文化的施設	50.0 %
先進的な技術・施設	25.3 %
食文化の素晴らしさ	23.2 %
生活や歴史、伝統に根ざした祭り、風物詩	22.4 %