

東京都観光産業振興プラン

～千客万来の世界都市・東京をめざして～

平成13年11月



東京都



観光産業振興プランの策定にあたって

～千客万来の世界都市・東京をめざして～

観光はすそ野が広く、運輸や宿泊、飲食業など多くの産業に経済波及効果をもたらし、21世紀には飛躍的な成長が見込まれる国の重要な産業です。

しかし、観光先進国に比べると、これまでは国ばかりか東京都も観光が持つ重要性を認識せず、海外に向けて効果的な政策を打ち出すことがありませんでした。

日本から海外への旅行者が年間1780万人に達しているのに対して、日本を訪れる外国人旅行者は、その4分の1の476万人に過ぎず、国際旅行収支は3兆3千億円の大幅な赤字となっています。

東京都ではこうした状況を打開するため、今年8月に観光産業振興プランの素案を作成・提案し、議会、観光事業審議会、観光関連事業者や都民の方々からご意見をいただき、本プランを策定いたしました。この中には、早急に取り組むべき施策や中長期的な施策、それらを実現するための行政や民間事業者等のそれぞれの役割分担を盛り込み、当面の行動指針として提示しました。

このプランに基づき、東京から行動をおこし、首都圏のネットワーク化を図るとともに、国に強く働きかけていきます。さらに、アジアとの連携を図りながら、アジア域内や欧米諸国に対して旅行者の誘致に取り組んでいきたいと考えています。

ところで、9月にアメリカを襲った同時多発テロは、その後の炭疽菌事件とともに、全世界に大きな衝撃と困惑をもたらしています。このことによって航空業界や観光関連産業は大きな打撃を受け、世界経済全体に大きな影響を与えております。

しかし、文明の成熟や経済の発展により、異なる文化圏との交流が活発化するのには、世界の大きな潮流です。このような時期にこそ、毅然として、都民や日本を訪れる旅行者の生命と安全を守り、安心して人々が交流できる環境を作り上げていくことが、国や都市の行政に責任を持つ首長の使命です。

多くの人々が安心して訪れることができる千客万来の世界都市・東京をめざすとともに、東京が日本のゲートウェイとして世界に日本の魅力をアピールできるよう「観光産業振興プラン」の実現に全力を尽くしていきます。

平成13年11月

東京都知事

目 次

第1章 観光の重要性	1
1 観光の発展性	2
2 観光の経済波及効果	4
3 観光先進国・都市の取組み	8
(1) ニューヨーク	8
(2) フランス	9
(3) シンガポール	10
4 主要国政府観光局の組織と予算	11
◎体系図……「観光産業振興施策の体系」	12
第2章 これからの観光産業振興策	13
1 東京の魅力を世界に発信	13
(1) 現状と課題	13
(2) 具体的な施策（東京の魅力を世界に発信するために）	14
① 情報の収集及び発信	14
② シティセールスの積極的な展開	15
③ コンベンション誘致活動の展開	17
④ イベントを契機としたシティセールスの展開	18
2 観光資源の開発	20
(1) 現状と課題	20
(2) 具体的な施策（観光資源を開発するために）	20
① 都市づくりによる観光資源創設	21
② 新たな都市型観光の創出	21
③ 自然と調和した観光	24
④ 産業を基軸とした新たな観光	28
⑤ 歴史・文化・スポーツを活かした観光	33
⑥ 東京臨海地域で展開する新たな観光	35

3 受入体制の整備	37
(1) 現状と課題	37
(2) 具体的な施策（受入体制を整備するために）	39
① 交通アクセスの整備	39
② 温かく迎える仕組みづくり	40
③ 旅行者に分かりやすい標識の整備及びバリアフリー化の推進	41
④ 外国人旅行者のニーズに対応したサービスの提供	42
⑤ 観光案内所の充実やボランティアの活用	44
⑥ 安全の確保	44

第3章 早急に取り組むべき施策 46

1 国際的なイベントの活用	46
(1) 新世紀東京国際アニメフェア21	46
(2) ワールドカップサッカー大会開催時の観戦客への対応	47
2 積極的な誘致活動の展開	48
(1) 情報の収集及び発信	48
(2) シティセールスの積極的な展開	49
(3) コンベンション誘致活動の展開	50
3 観光資源開発等の早期着手	51
(1) 産業集積地域等観光ルートの開発	51
(2) ショッピングを中心とした観光ルートの展開	52
(3) 東京を支える都市基盤施設の観光資源化	52
(4) 都営地下鉄等を活用した広域観光ルートの開発	53
(5) 多摩地域における観光振興	54
(6) 伊豆諸島の観光復興と新しい観光メニューの開発	55
(7) 受入体制の整備	57

第4章 観光産業振興プランの実現をめざして 60

1 役割分担	60
(1) 国の役割	60
(2) 都の役割	60
(3) 区市町村の役割	61
(4) 民間事業者の役割	61

(5) 観光関連団体の役割	62
(6) 都民(地域住民、ボランティア・NPO)の役割	62
2 事業の推進	63
(1) 都の推進体制	63
(2) 都と区市町村	63
(3) 都と国及び他道府県	63
(4) 都と観光関連団体及び民間事業者	63
(5) 都と都民(地域住民、ボランティア・NPO)	63
3 財源の確保	64

表-1 観光産業振興プラン事業の役割分担	65
----------------------	----

資料編 「素案」に対する都民などによる意見等の概要	73
---------------------------	----

第1章 観光の重要性

～目標 外国人旅行者を5年で倍増 277万人 → 600万人～

21世紀は観光の時代、観光は世界経済発展の原動力といわれている。

世界観光機関は、1997年に6億人であった世界交流人口が2020年には16億人の規模に拡大し、国際観光収入も約240兆円に達すると予測している。観光はすそ野の広い産業であり、運輸や宿泊、飲食業などのほか、多くの産業に経済効果が波及し、雇用や税収、外貨収入などの増加をもたらしている。

このため、観光先進諸国であるフランス、イギリス、シンガポールなどは、観光がもつ経済的な重要性を十分に認識し、政府が先頭に立って外国人旅行者の誘致に取り組んできた。

一方、日本は外国人旅行者の誘致についての取組みが決定的に欠けていた。1964年の日本人の海外旅行解禁以来、1987年には貿易黒字解消のために、日本人の海外旅行が積極的に推進され、今日では、1780万人余の日本人が海外に出かけている。しかし、日本を訪れる外国人旅行者はその4分の1の476万人であり、世界の中でも第36位という低さにある。国際旅行収支は収入が支出を大きく下回り、約3兆3千億円の赤字を出している。また、受入体制も不十分で、国際空港一つとっても、その規模、機能、運営のいずれも、海外からのお客様を温かく迎える玄関口としての役割を果たしていない。

東京都も、観光を都民のレクリエーションとして捉えるだけで、国内外から旅行者を誘致する視点が欠けていた。このため、東京の魅力は伝わらず、東京のイメージも確立してこなかった。東京には、最も多くの外国人旅行者が訪れているが、その訪問率は徐々に減少する傾向にある。

今日このような状況を招いた原因は、国や東京都が時代の変化を認識せず、観光を産業として位置づけた政策を打ち出してこなかったことにある。

現状を打破していくには、出かけるだけの観光から、受け入れるために何をなすべきかという発想にたって政策を転換していかなければならない。

このため、東京都が先頭に立って、東京を訪れる外国人旅行者の増加を図るための誘致目標数を掲げ、日本のゲートウェイとしてダイナミックに取り組んでいくことが必要である。

東京都は、「東京への外国人旅行者277万人を、5年で倍増の600万人にする。」という目標を掲げ、国内外の旅行者を集客し、観光産業振興を図っていく。

1 観光の発展性

訪日外国人数、日本人海外旅行者数の推移を見ると（図－1）、日本人海外旅行者（アウトバウンド）は1780万人に達している反面、訪日外国人数（インバウンド）は476万人と、日本人海外旅行者の4分の1に過ぎない。

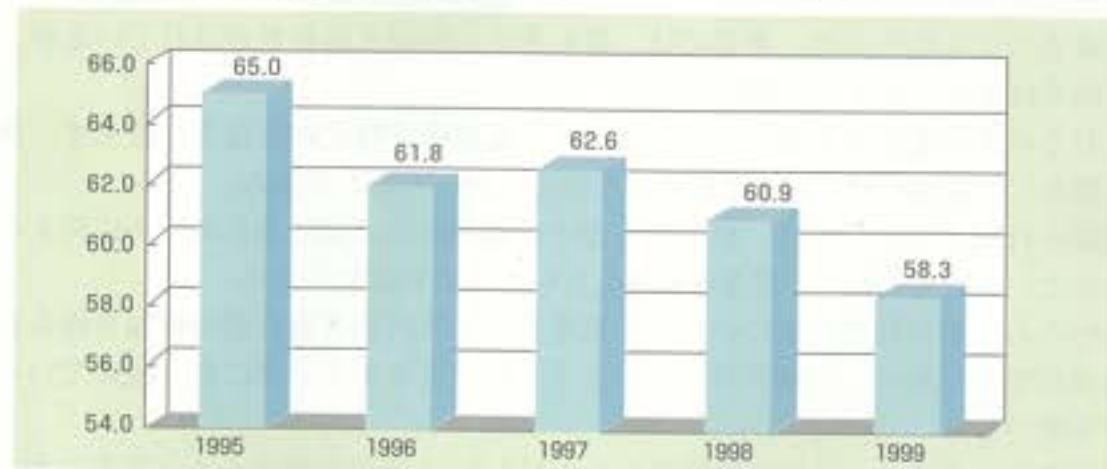
また、「外国人旅行者の東京訪問率の推移」を見ると、訪日旅行者の58.3%（277万人）が東京を訪問しているが、訪問率は徐々にではあるが減少傾向にある（図－2）。さらに、世界主要都市の外国人旅行者数を比較してみると、ロンドンやパリなどは1000万人以上の外国人旅行者を受け入れており、東京の277万人との格差は著しい（図－3）。

図－1 訪日外国人数、日本人海外旅行者数の推移 （単位：千人）



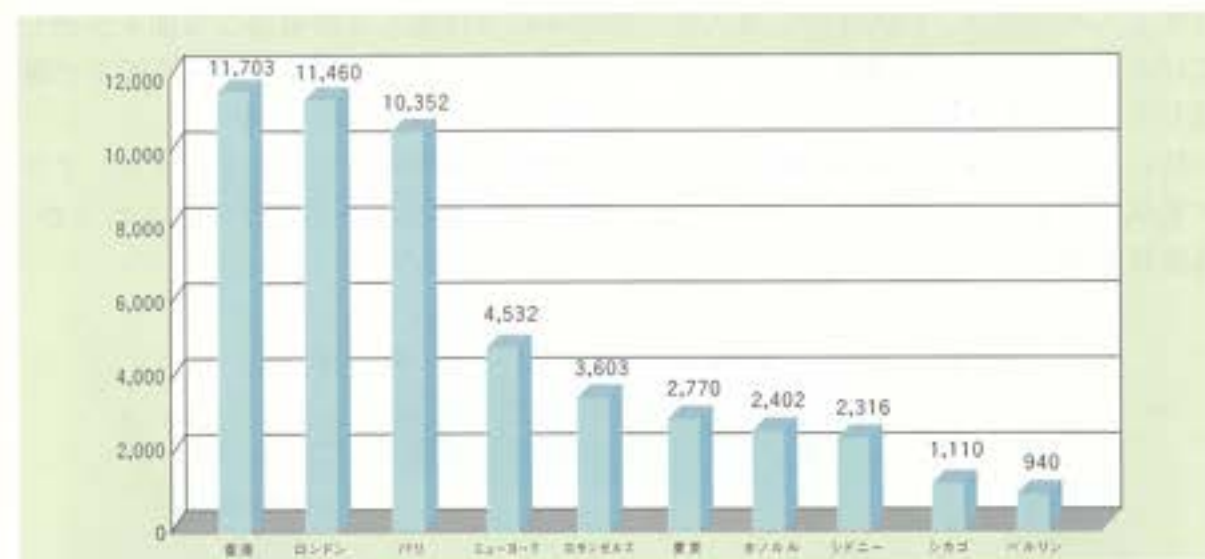
出典：平成13年版「観光白書」

図－2 外国人旅行者の東京訪問率の推移 （単位：%）



出典：国際観光振興会「訪日外国人旅行者調査」

図－3 世界主要都市の外国人旅行者数 （単位：千人）



出典：平成11年（財）日本交通公社「世界主要都市観光魅力度比較調査」
東京は国際観光振興会調査



ニューヨーク



ロンドン



パリ

また、世界観光機関による「世界の国際観光出国者数」(図-4)では、世界を旅行する人々の数は、1997年の6億人から2020年には16億人と爆発的な増加を予測している。今後、多大な経済効果をめぐって、観光客の誘致・獲得の各国間競争が激化していくであろう。

特に、訪日外国人旅行者の約6割がアジア地域からであることを考えると、アジア地域の経済発展により、日本への外国人旅行者は増加することが予想されるが、誘致策を講じなければ、集客のチャンスを失うこととなる。

図-4 世界の国際観光出国者数 (単位:百万人)



出典:国際観光振興会「2001年国際観光白書」

2 観光の経済波及効果

東京の経済は、景気の低迷、雇用情勢の悪化など閉塞状況を抜け出せず、危機に直面している。東京を再生していくためには、関連する産業のすそ野が広く、かつ経済波及効果の大きい観光を新たに産業として捉え、活性化していくことが急務である。

例えば、東京の外国人旅行者が1998年推計の250万人からシンガポール並の600万人に増加した場合、東京都産業連関表から算出した生産誘発効果は約5,727億円、雇用誘発効果は約3万7千人になると予測される(図-5)。また、これらの誘発効果は、様々な分野の産業に大きな影響をあたえる(図-6)。

図-5 海外来都者増加分による生産・雇用誘発効果

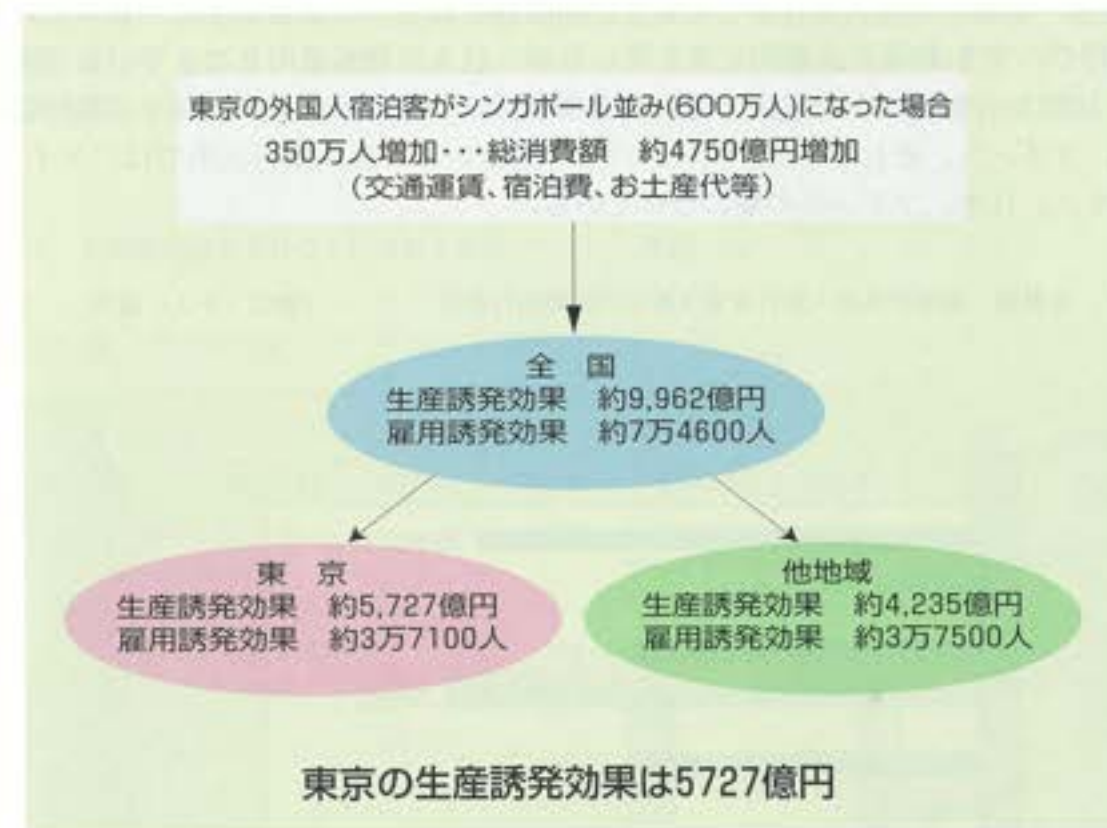


図-6 東京の生産誘発額業種別内訳

業 種	都内生産誘発額(百万円)	割合(%)
旅館、その他宿泊所	144,340	25.2
飲食店	84,998	14.8
運輸	68,678	12.0
商業	52,783	9.2
サービス業	32,074	5.6
不動産	30,577	5.3
金融・保険	29,171	5.1
その他の製造工業製品	16,900	3.0
食料品	11,942	2.1
その他の娯楽サービス	11,908	2.1
その他	89,373	15.6
合計	572,744	100.0

出典:図-5, 6とも東京都産業労働局「産業と労働2001年版」

次に、日本の国際旅行収支を見ると、大幅な赤字に陥っている。「主要国、地域の外国人旅行者受入数及び国際旅行収支」にあるように、日本人の海外旅行での支出は3兆8036億円に達しているが、収入は4939億円となっている（図-7）。国際旅行収支の中で収入と支出とも第1位はアメリカである。以下、旅行収入では、フランス、そしてイタリア、スペインと続いている。旅行支出では、ドイツ、イギリス、日本、フランスの順になっている。

図-7 主要国、地域の外国人旅行者受入数及び国際旅行収支 (単位：千人、億円)

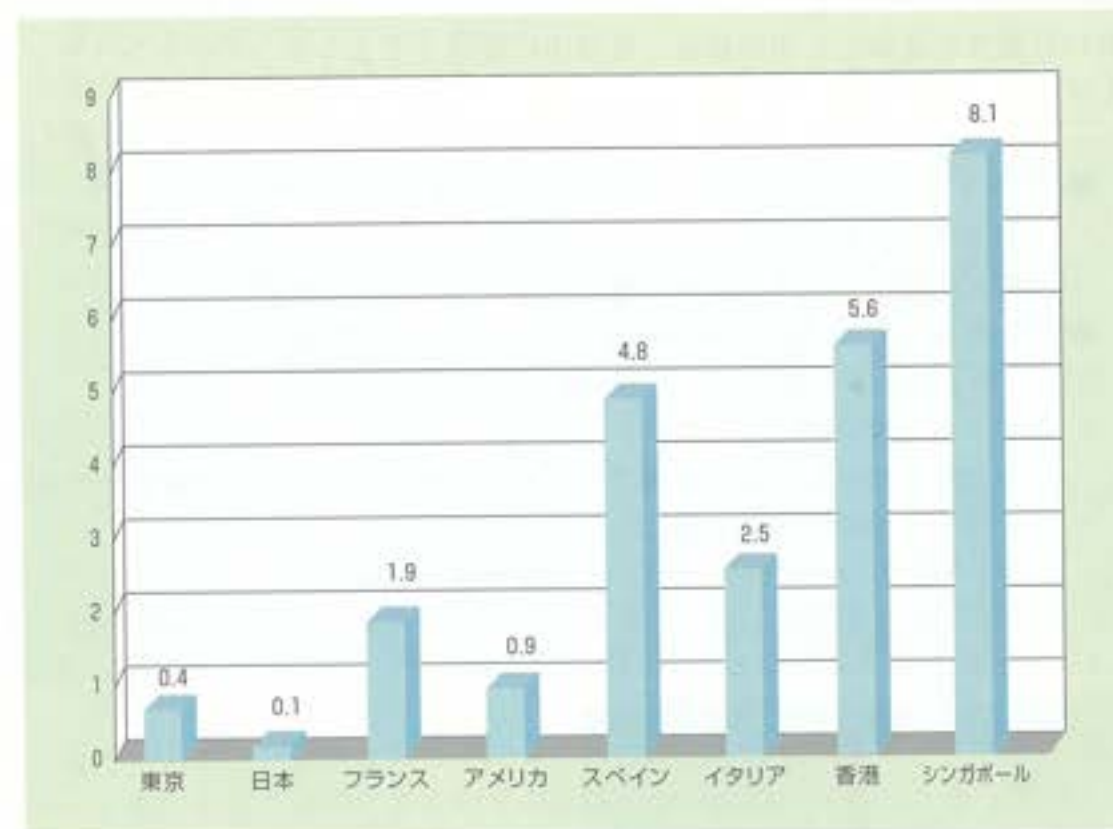


出典：98年世界観光機関（WTO）資料、1ドル＝132円(98年平均レート)で換算

また、日本の国際観光収入がGDPに占める割合は0.1%に過ぎず、諸外国と比べても大きく遅れをとっている（図-8）。

国際旅行収支の赤字を改善するためには、観光を産業として発展させ、外国人旅行者の誘致を積極的に推進していく必要がある。

図-8 国際観光収入がGDPに占める割合 (単位：%)



出典：東京都産業労働局「産業と労働2001年版」から作成

3 観光先進国・都市の取組み

ニューヨーク、フランスなど観光先進国・都市は、外国人旅行者の誘致のために数々の取組みを行っている。ここでは、それらの取組みを具体的に紹介する。

(1) ニューヨーク

70年代後半、ニューヨークは犯罪が増加し、町並みも荒廃して、「ニューヨークは危険で汚い」というイメージが海外までも伝播し、観光客が減少した。このため、対策の必要性を認識した州当局は、世界中に浸透するような一大キャンペーンを立ち上げた。

◆「ビックアップルキャンペーン」(1971年開始)

- ポスター、宣伝印刷物等の作成、配布
- 観光の障害になる、混雑、犯罪、街の汚さ、高物価等の改善

◆「I Love NY」のキャンペーン(1977年開始)

州予算約10億円 → 州の観光収入約2兆円

- ロゴ使用权販売(バッジ、Tシャツ、マグカップ、絵葉書など)
- テレビコマーシャル、新聞、ラジオ、雑誌などメディアの積極的活用
- 年間で3シーズンに分割し、各500前後のバック旅行広告
- ホテル、レストラン、イベント入場料割引券の配布
- 無料電話を設置し、問い合わせへの回答やガイドブックの無料送付



ニューヨークの「自由の女神」

(2) フランス

フランスは年間約7000万人の外国人旅行者を受け入れており、世界で第一位である。フランス政府観光局は、観光振興のための機関として次のような活動を展開している。

観光局の予算62億円 → 観光収入約4兆円(1998年)

◆需要動向を見据えたマーケティング戦略

- 期間3年のマーケティング戦略
- 量の観光から質の観光へ転換
- 観光客流入の波を時期的・地域的に平準化
 - ・ 訪仏観光客数増、平均滞在日数増、観光客一人一日当たり収入の増を図る。
- 重点プロモート地域の見直し
 - ・ ヨーロッパ近隣諸国、北米、日本を優先マーケットに選定する。

◆プロモーションの積極的展開

- 情報提供
 - ・ 毎年250万人以上の問い合わせに応答している。
 - ・ 20ヶ国語以上で作成されたテーマ別のパンフレットを幅広く配布している。
- 広報
 - ・ 対象となる国の市場の特性、文化、行動様式、経済情勢を考慮する。
例えば、日本の「ワインブーム」という機会を捉えてフランス・ワイン街道キャンペーンを繰り広げた。また、日本の若者にフランスとパリのイメージを伝えるために、若者向けの雑誌を3年連続で発刊し、その都度、新宿や渋谷の「クラブ」で発刊記念パーティーを開催し、話題を呼んだ。
- 販売促進とPR
 - ・ サロン、ワークショップ、販売促進セミナーを組織し、100を超える催物に参加した。
 - ・ 海外のバック旅行取扱者や旅行代理店のスタッフ2000名以上を定期的にフランスに招待し、フランスの魅力を伝えている。
- 市場観測
 - ・ 相手国に関するあらゆる情報を収集、需要の変化を分析している。

(3) シンガポール

シンガポールは、地理的な制約、乏しい資源、小さな国内市場、労働力不足という不利な条件を克服し、経済発展強化及び国民生活水準向上のため、観光の発展に力を注いでいる。

- 観光局予算約152億円 → 観光収入約6946億円（1999年）
- ◆1996年には「ツーリズム21」計画を策定した。
- インバウンド観光客の目標
2000年に1000万人
 - シンガポールの位置づけ
シンガポールを観光関連ビジネスの中心地、アジア域内のハブとして位置付ける。
 - 観光商品の再構築
各種イベントを育成、体験型ツアーの計画等の再構築を行う。
 - 産業としての観光の開発
観光アトラクションなど集客に直接かかわる産業のみならず、ホテル業界など関連産業を含めた産業群単位での開発をめざす。
 - 新しい観光空間の創出
アジア域内への観光開発投資を促進するための政府間提携、シンガポールを起点とした近隣諸国ツアーパッケージの開発によって、結果的にシンガポールでの宿泊数増加を図る。
 - アジア地域観光投資の促進
ホテル、エンターテインメント施設等のハードへの投資と、研修コース、マーケティング、旅行パッケージ設定などのソフト面への投資する。
 - 政府観光局の役割を強化

4 主要国政府観光局の組織と予算

各国は外国人旅行者の誘致のために多くの人員を投入し、海外に事務所を設置するなど、積極的に取り組んでいる（図-9）。例えば、隣国の韓国と比較してみると、韓国の国家予算が約9兆円、日本の国家予算が約82兆円であるのに、観光に関する職員数や予算は、職員数が韓国の7分の1、予算としても韓国の7分の1にすぎない。

図-9 主要国政府観光局の組織と予算

国名	推進組織名	職員数 (人)	海外事務所 (所)	年間予算 (億円)
韓国	観光公社	746	18	260.6
台湾	交通部観光局	400	10	—
香港	観光協会	422	16	98.1
シンガポール	政府観光局	391	16	152.1
英国	政府観光庁	458	27	91.4
イタリア	政府観光局	280	20	33.5
フランス	政府観光局	273	31	62.0
スペイン	観光協会	250	29	39.7
日本	国際観光振興会	114	14	38.3

「年間予算」各国予算額の円換算は、平成13年11月7日通算レートにより算出
出典：JNTO国際観光白書2001版「世界と日本の国際観光交流の動向」

観光産業振興施策の体系



第2章 これからの観光産業振興策

東京の観光を産業と捉え振興策を検討するためには、東京の魅力をどのように伝えてきたのか、観光資源の開発のためにどう取り組んできたか、さらに、旅行者を迎えるために何をしてきたのかという、3つの分野について検証をする必要がある。

このため、左の「観光産業振興施策の体系」にあるように、以下3つの節に分けて、東京の現状と課題の整理を行った上で、課題解決のために取り組むべき施策を提示する。

また、このような施策を確実に実地することにより、国外はもとより、国内の旅行者の増大をも図っていく。

1 東京の魅力を世界に発信

(1) 現状と課題

世界の観光先進都市に比べると、東京は海外から旅行者を集客する努力をしてこなかった。観光施策を展開するにあたり、誘致する国が求めている観光ニーズの情報が十分収集されず、訪都客に対しても情報面のフォロー調査が継続的に行われていなかった。

日本へ来た外国人に対して、「訪日外客数を増やすための日本への提案、アドバイス」を求めたところ、(図-10)のように「海外宣伝」の必要性が、「言語」、「物価」を抑えてトップの26%を占めている。これは、広く世界から集客するための海外への計画的なプロモーション活動が欠如しており、楽しさや期待感をかき立てるような「東京」のイメージを伝えるシティセールスが不足していたことの表れである。

図-10 訪日外客数を増やすための日本への提案、アドバイス (単位: %)



出典: 平成10年 国際観光振興会「日本の観光イメージ策定委員会報告書」

さらに、大きな集客力を持っている国際コンベンションは、東京の魅力をPRするよい機会でもある。しかし、日本における国際コンベンションの開催件数は、欧米主要国に比べ依然低い水準に留まっている。東京が日本の先頭に立って、コンベンション誘致に積極的に取り組むことが必要である（図-11）。

図-11 国別・国際会議開催件数の推移

（単位：件）



出典：国際観光振興会「2001年国際観光白書」から作成

（2）具体的な施策（東京の魅力を世界に発信するために）

今後、広く世界から集客するには、対象に応じたニーズを的確に捉えたマーケティング戦略を立案し、展開するとともに海外に効果的なシティセールスを行い、東京の魅力を積極的に伝えることが必要である。

また、東京の魅力を国内外にアピールするとともに、知名度を高めることができる大規模なコンベンションやイベントを誘致する必要がある。

① 情報の収集及び発信

海外から集客するための施策を展開するにあたり、マーケティング手法を採り入れ、誘致する国の情報収集を継続的に行う。さらに、外国において東京の観光情報を多く提供し、東京への関心を持ってもらうため、わかりやすく興味を引くような質の高い情報を取りまとめ、多様な手段をもって発信する。

○ 「東京のイメージ」の把握 ※

- ・ 効果的で的確なプロモーション活動を実施するために、外国人旅行者の持つ東京のイメージを調査する。

○ 観光情報の収集 ※

- ・ 相手のニーズやその変化を把握するため、マーケティング調査を行う。
- ・ 他国インバウンド・ビジネスの事例研究を行うなど、在日観光事務所との情報交換会を定期的に開催する。

○ 観光情報の提供 ※

- ・ 海外でも最新の情報を得ることができるよう、インターネットによる外国語の情報提供を充実する。
- ・ 東京を訪れた外国人旅行者に的確な観光情報が伝えられるよう、テーマ別に各国の外国語パンフレットを作成する。

② シティセールスの積極的な展開

効果的で的確なプロモーション活動を実施し、東京のイメージを積極的に海外に伝えていく。

○ イメージアップキャンペーンの展開 ※

- ・ 「YES! TOKYO」キャンペーンを海外において展開し、東京のイメージアップを図る。
- ・ 海外のテレビ、新聞、雑誌等のメディアを活用し、キャンペーンを行う。

○ 都民参加によるプロモーション活動の展開（東京ウェルカムメール）

- ・ 都民から海外の友人を紹介していただき、東京の魅力を満載したダイレクトメールを発信する。

○ 民間と連携した海外旅行関係者への働きかけ

- ・ 海外の有力マスコミ関係者を東京に招待し、新しい観光スポットを紹介し、記事掲載等により東京のPRを図る。 ※
- ・ 海外旅行エージェントを招待し、従来の観光ルートだけでなく、新たに開発した観光ルートをPRし、ツアー商品として作成するよう強力に働きかける。 ※

注）※は、「早急に取り組むべき施策」を示す。

- ・ 国際観光振興会などと協力し、各国観光担当機関に対し東京の魅力を積極的にPRする。
- ・ 経済ミッション、見本市を活用し、シティセールスを行う。
(ポスター掲示、パンフレット配布、ビデオ放映、関係機関への訪問等)
- ・ 外国航空会社とタイアップした東京誘致キャンペーンを行う。

○ 東京ロケーションボックスの活用 ※

- ・ 映画等のロケーション活動の円滑化を図り、東京を舞台とした映像製作を積極的に支援し、映像を通じて東京の魅力を発信する。

○ 学生のサークル等との連携

- ・ 大学の学生サークル等が、海外を訪問する時に、相手国の観光関係団体等に対して、東京のシティセールスを行ってもらう。

○ 首都圏観光ネットワークの展開

- ・ 首都圏が連携し、多様な観光資源を一体的に演出する。

○ ウェルカム・アジアキャンペーンの展開 ※

- ・ アジア大都市ネットワーク21共同事業として、アジア各都市とともに、ウェルカム・アジアキャンペーンを展開し、集客を図る。



都内で映画やテレビのロケが行われている



韓国で発行されている東京のガイドブック

コラム

東京ロケーションボックス

- ・ 東京には、銀座、お台場、渋谷、原宿など映画やテレビの撮影にぴったりの魅力溢れる場所がたくさんある。東京の魅力をもっと知ってもらうためにできたのが「東京ロケーションボックス」だ。映画やドラマの中に出てきた「東京」を、是非、体験してほしい。
- ・ 撮影の総合窓口である東京ロケーションボックスの活動によって、東京を舞台とした映像製作を積極的に支援し、映像を通じて東京の魅力を発信することにより、更なる訪都観光客の増加につなげることができる。

③ コンベンション誘致活動の展開

国際コンベンションを誘致するため、コンベンション誘致活動への支援やアフターコンベンションの充実を図り、コンベンション開催地としての東京のセールスポイントを海外に向けて積極的にPRしていく。

○ 東京都としての歓迎メッセージの発信 ※

- ・ コンベンション等国际会議の開催時に、知事等の歓迎メッセージを伝える。

○ コンベンション誘致支援 ※

- ・ コンベンション誘致支援等助成金制度を活用し、国際会議招聘を支援する。
- ・ インターネットを用いた海外向けの東京のコンベンション施設案内を充実する。
- ・ コンベンション関係者の利用するホテル等に対し、地下鉄の乗り方や緊急時連絡先案内、施設割引券等がセットになったウェルカムカードを配布する。

○ 多様なコンベンション施設の活用

- ・ 関係者の多様なニーズに対応するため、都及び区市町村所有施設をコンベンションに利用するなど、多様な施設の活用を図る。

○ アフターコンベンションにおける施設の使用促進

- ・ 美術館、博物館、庭園等のアフターコンベンションでの使用を促進する。
- ・ 都庁舎、浜離宮恩賜庭園、庭園美術館等都の関連施設を積極的に活用する。※

○ 東京の観光ガイドマップの作成・配布 ※

- ・ 東京の理解を深め、アフターコンベンションの充実を図るため、外国語による観光ガイドマップを作成し、配布する。



様々な展示会や国際会議が
行われる東京ビッグサイト

コラム

コンベンション都市・東京の魅力

東京には、東京ビッグサイト、東京国際フォーラムをはじめ、ホテル、公共施設等、様々な規模のコンベンション施設がある。

アフターコンベンションには、浜離宮でお茶会なども体験したい。

さらに、多摩や伊豆諸島の自然豊かな風景に触れることもできる。少し足を伸ばして、箱根や日光で温泉に浸かりながらのんびりするのもいい。

世界中の人々に、「東京」を楽しんで欲しい。

④ イベントを契機としたシティセールスの展開

東京には、マラソンやサッカーなどの国際的なイベントがある。これらの開催を契機として、東京を紹介することが重要となる。

このため、以下のようなイベントに焦点をあわせたシティセールスを展開する。

ア 東京国際アニメフェアの開催 ※

- ・ アニメ関連産業の振興を図るため、国内外からアニメ関連企業を誘致し、東京において見本市、コンペティション及びイベントを内容とする東京国際アニメフェアを定期的に開催する。
- ・ 今まで海外の見本市に出展できなかった中小のアニメ制作企業などが、国際的な商談の場に参加することを可能にする。
- ・ 国内外の企業等との交流を深め、世界中から注目を集めている日本製アニメーションを世界に発信する場とする。
- ・ 都内アニメ制作企業の認知度を高めるとともに、産業振興を図るため、「交流」と「情報発信」の機能を持ち、観光資源としても活用できる拠点づくりも検討する。



平成14年2月に開催する
「新世紀東京国際アニメフェア21」のポスター

イ ワールドカップサッカー大会開催時の観戦客への対応 ※

- ・ 日本と韓国で共同開催される2002年ワールドカップサッカー大会時は、両国を相互に移動する人々も含め、多くの観戦客が東京を訪れることが予想される。区市町村や関連業界及び近隣他都市との連携により観戦客への対応を図ることにより、再び訪れたいように東京の魅力を世界に伝えていく。
- ・ 多くの若者の訪日が見込まれるため、東京での滞在を快適に過ごせるよう、割引等のサポート制度を関連業界と早急に検討し、実施する。
- ・ 観戦客が多いために混乱が生じないように、宿泊施設、交通アクセスなど、行政と民間が情報を一元化し、東京での利便性を確保する。

2 観光資源の開発

(1) 現状と課題

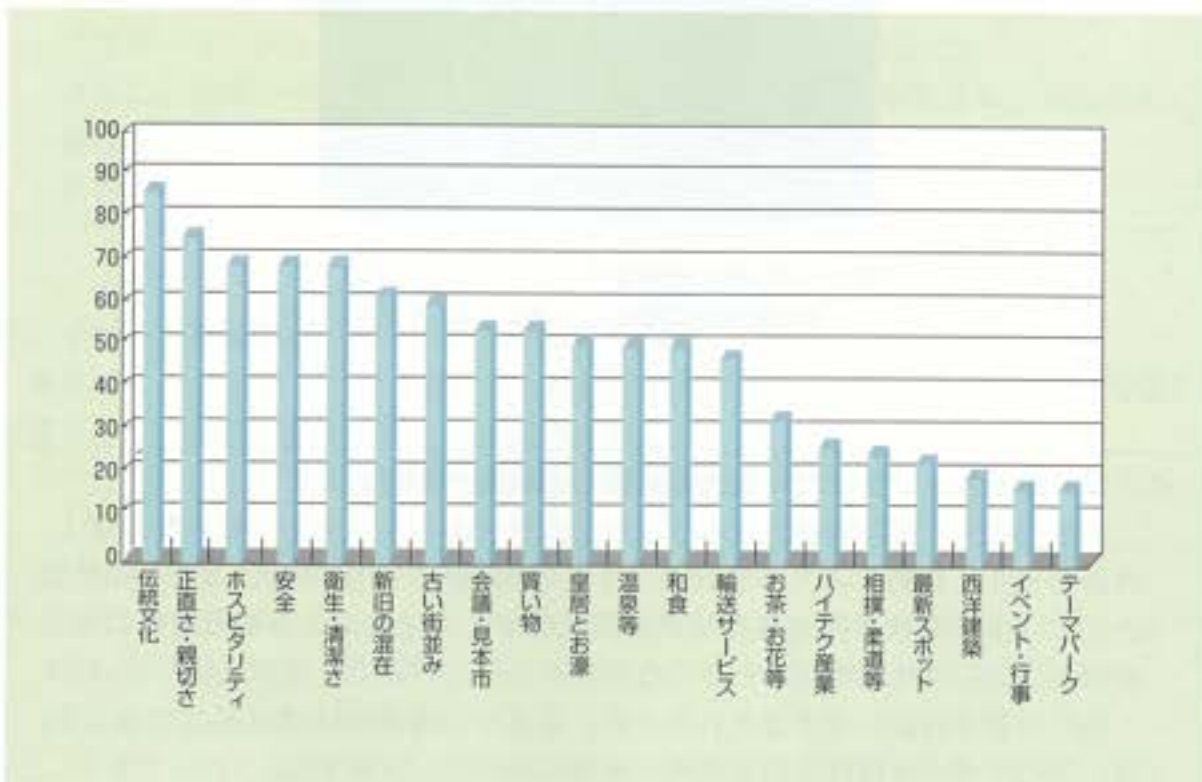
これまで東京のまちづくりは、観光の視点からの取り組みが十分に行われてこなかった。

また、パリやニューヨークのように、24時間・非日常性等を楽しめるような仕組みがなく、山や海など自然を活かした観光のメニューも不足している。

さらに、(図-12)のように、外国人が考える東京の魅力は、伝統文化や古い街並みなどの異国情緒のほか、ハイテク産業やイベント・行事など多岐にわたっている。しかし、海外から高く評価されている「ものづくり技術」などの産業を観光資源として活かしきれず、伝統文化なども観光資源としての演出が十分でなかった。

図-12 外国人が考える東京の魅力

(単位：%)



出典：平成10年 国際観光振興会「日本の観光イメージ策定委員会報告書」

(2) 具体的な施策 (観光資源を開発するために)

東京は、現代日本の政治、経済、文化の中心であり、ITなど先端的な産業が集積している都市でもある。一方、江戸東京400年の歴史や文化を感じることができ、多摩・島しょ地域には豊富な自然もあるなど様々な観光資源が内在している。

しかし、これまで東京はその魅力を活かす取り組みが不十分であった。

このため、今後は旅行者のニーズを把握しながら、多様な観光資源を複合的に組み合わせ、訪れるたびに新たな東京が発見できるような多面的な演出をしていく必要がある。

① 都市づくりによる観光資源創設

大規模な都市開発プロジェクトなどに併せて、街を歩く人が足を止めたり、憩うことができる施設を設置することにより、人々の交流の場を増やし、都市の賑わいづくりを推進する。また、都市にうるおい、やすらぎ、風格のある景観を創出するよう、都市づくりを誘導する。

○ 景観の整備

- ・ JR東京駅舎の復元と駅前広場の整備等、首都の顔としてふさわしい風格ある都市景観を形成する。
- ・ 東京の景観の骨格となっている地域6地区を景観基本軸として指定し、地域の個性を活かした景観形成を図る。
(隅田川、丘陵地、玉川上水、神田川、臨海、国分寺崖線)
- ・ 隅田川等のテラス及びスーパー堤防の整備促進により水辺散策路などの親水空間を形成するとともに、オープンカフェテラスなどの設置を誘導する。
- ・ 首都高速道路の更新に併せた日本橋川の再生など、都市河川の景観再生を行う。
- ・ 観光スポットなどにおいて電線類の地中化を進めることにより、電柱をまちからなくし、美しい都市景観の形成を図る。

○ 都市整備による地域の再活性化

- ・ 大手町・丸の内・有楽町地区まちづくりガイドライン等民間と連携した都市再開発を推進する。
- ・ 河川を利用した民間による水上バス観光ルートの開発を支援誘導する。

○ 都市空間の活用促進

- ・ 街の潤いを増すため、緑化を図り、親水施設、遊歩道、展望デッキ等の設置を推進する。

○ 自然の再生

- ・ 人工な緑の設置を推進する(葛西、城南島)。
- ・ 建築物の屋上等の緑化により、市街地の緑の回復を推進する。
- ・ 身近な河川のせせらぎ再生、沿道整備を推進する。

(JR東京駅地下水を利用した立会川の再生、玉川上水等の清流復活等)

○ 秋葉原地区の開発

- ・ 秋葉原駅前の土地区画整理事業を早急に進める。
- ・ 土地区画整理事業の中心にある都有地(神田市場跡地)の売却にあたっては、多機能イベントホール等の「集客等機能」、プロフェッショナル教育センター等の「産学連携機能」、IT拠点情報センター等の「情報ネットワーク機能」を備えた「ITセンター(仮称)」を民間活力により整備し、IT関連産業の世界的な拠点形成を促していく。



街の再開発により
新たな賑わいを創造していく
(写真は晴海トリトンスクエア)

② 新たな都市型観光の創出

経済のグローバル化に伴い、東京は、業務機能面において24時間都市に近づきつつある。都市の魅力を更に高めるため、多くの人々が24時間・非日常性等を楽しめるエンターテインメントの場を創出していく。

○ 24時間型都市の整備

- ・ 劇場、ホール等の利用時間を延長する。
- ・ 交通機関の営業時間の延長や深夜割引制を検討する。

○ カジノ等新たな観光資源の開発

アメリカ及びカナダ各州のカジノ収益、税収、従業員について(94年)

州名	収益(億円)	税収(億円)	従業員(人)
ネバダ(ラスベガス等)	6,816	488	144,850
ケベック	407	208	2,000
ミシシッピ(31の船上カジノ)	1,800	199	29,400

出典: 谷岡一郎著 中公新書「ギャンブルフィーヴァー」より抜粋

○ 東京グルメの観光資源化

- ・ 外国人のニーズにあった食情報を提供する。
- ・ やきとり屋、居酒屋等、日本ならではの食文化を観光資源化する。



世界中から観光客が集まるラスベガス

コラム

カジノ論

カジノは賭博。賭博は非行少年を生み、一家の大黒柱を破滅に追い込む。理由の如何を問わず、絶対反対。

大変分かりやすい主張。でも何か変。

世界各国、主などころには必ずといって良いほどカジノがある。そこでは、連日連夜、引きも切らずに老若男女が集い、毎日の生活から離れて、一時の非日常性を楽しむ。子供はテーマパーク館で思いっきり遊び、お年寄り年金からちょっと貯金して25セントのスロットマシンを楽しむ。若い夫婦は片手にワインを持ち、洒落た会話を交わしながらルーレットに興じる。これは、カジノの代名詞となっているラスベガスでの本当の話。

日本人でも、こんな生活をしてみたいと思っている人、沢山います。

③ 自然と調和した観光

自然が豊かな多摩、島しょ地域は、自然との調和に配慮し、地域の特色を活かした観光を推進していく舞台でもある。

ア 多摩地域

多摩地域は、都心から近く、奥多摩湖や水道水源林をはじめとして森林や渓谷など豊かな自然、歴史や文化があり、身近なレクリエーションやハイキングの場として、多くの都民から親しまれている。

しかし、訪れる観光客の多くは自動車や電車を利用した日帰り客である。

このため、滞在型観光地としての付加価値を高め、休日の道路混雑の緩和や交通機関などのアクセスを向上していくことが必要である。

また、インターネット等により、多摩全体の情報発信を積極的に行い、国内のみならず海外からの観光客の集客を図ることが重要である。

さらに、多摩地域の魅力を引き出し、アピールしていくためには、行政区域を越えた広域的な観光ルートを開発していくことが必要である。

○ インターネットを活用した情報提供 ※

- ・ 市町村、観光協会の持つ情報のネットワーク化を図り、観光スポットやイベント等の情報を充実し、適切に提供する。

○ グリーンツーリズムの推進～多摩の豊かな自然とふれあう場の創設～

- ・ 都民の森における炭焼きなどの林業体験、滞在型農業体験など体験型観光資源の開発を推進する。 ※
- ・ バードウォッチングや植物探訪などを楽しむ仕組みを検討する。 ※
- ・ 自然保護条例による森林環境保全地域や丘陵地における里山保全地域の指定、里山の生活を体験できる「たぬきの里山公園」の整備を推進する。
- ・ 魅力ある農産物直売所づくりを推進する。
- ・ 森林とふれあう体験や学習の機会を提供し、間伐や下草刈りなどの森林保全作業を行う森林ボランティア活動を促進する。

○ アウトドアスポーツの推進 ※

- ・ ハイキング、サイクリング、キャンプ、カヌー、溪流づくりなどアウトドアスポーツの振興と場の整備を図る。

注) グリーンツーリズムとは

東京都では、グリーンツーリズムを誰もが参加することができる日帰り型から滞在型まで含む「農山漁村での様々な体験を楽しむゆとりある余暇活動」と位置づけている。

○ 多様で広域的な観光ルートの開発支援 ※

- ・ 玉堂美術館、吉川英治記念館等歴史と文化の探索路の設定などを推進し、整備を図る。
- ・ 多摩の酒蔵めぐり、山菜料理、奥多摩やまめなど味覚を楽しむ観光コースを設定し、活用を図る。
- ・ 各地に点在する温泉を観光ルートに組み入れ、活用を図る。

○ 首都圏を含む広域観光ルートの開発 ※

- ・ 様々な場所でトレッキングなどが楽しめるような、奥多摩から大菩薩峠、尾瀬につながる観光ルートの検討を行う。

○ 渋滞解消、アクセス向上を図る道路等の整備

- ・ 多摩川南岸道路等の整備を促進する。



北アメリカ北東部に2000kmにわたって連なるアパラチア山脈。トレッキングなどアウトドア型レクリエーションが人気

© Yoshida Takashi/APL



東京から100km圏内に奥多摩の自然が広がる

コラム

スケッチブック

日本は、四季折々の風景が美しい国だ。美しい風景は大事な観光資源である。しかし、この美しい風景を台無しにするものも多い。

コンクリート電柱、金属のガードレール、派手な看板、奇抜な建物、黒煙をまき散らして走るダンプカー

おかげで、映画のロケに使える場所も減ってきたという。

写真を撮るのも難しい。

だから、スケッチブックに風景を描くのだという知人がいる。

スケッチなら邪魔なものは描かなければよい。

できれば、実際の風景をそのままスケッチブックに描けるような国でありたい。

イ 島しょ地域

三宅島火山活動及び新島、神津島近海地震等による観光産業への打撃は、直接被害のあった地域のみならず、大島、八丈島等に対し、いわゆる風評被害をもたらし、これへの対応が急務となっている。

伊豆諸島への観光客は、従来から減少傾向にあったが、今回の災害に伴い一層の減少がみられた。このため、観光を島しょの重要な産業として位置づけ、各島々自身の個性化を図り、抜本的な観光復興を進めていく。

また、伊豆諸島は外洋に囲まれ、豊かな海洋資源に恵まれているとともに、東京などの大都市の近くに位置しているという特徴がある。観光振興のためには、交通アクセスの向上が求められている。

さらに、亜熱帯植物が繁茂する小笠原諸島は、特徴ある生態系のもと固有の動植物が生息している。これらの保護と観光の両立を図るため、新たな観光の仕組みを作ることが必要である。

- インターネットを活用した情報提供 ※
 - ・ 町村、観光協会が持つ情報のネットワーク化を図り、観光スポットやイベント等の情報を充実し、適切に提供する。
- グリーンツーリズムの推進 ※
 - ・ 農業や漁業の体験とそれを活かした食事、みやげ物づくりと組み合わせた観光ルートを設定する。
- マリンレジャーの推進
 - ・ トローリング等スポーツフィッシング
 - ・ ヨット、サーフィン、ウィンドサーフィン、ダイビング
 - ・ イルカ・ホエールウォッチング
- 各島の独自性を活かした多様な観光コースの設定 ※
 - ・ 野生動植物、自然景観、各島の史跡や民俗芸能など、自然と歴史・文化を探索する観光ルートを設定し、活用を図る。
 - ・ 焼酎、鮮魚、くさや、あしたば（明日葉）等味覚を楽しむ観光ルートを設定し、活用を図る。
 - ・ 新島・神津島・式根島等の島めぐりの観光ルートを開発する。
 - ・ 海辺の露天風呂など温泉を活用した観光ルートを開発する。

- 島の特産品を活用した滞在型観光の開発 ※
 - ・ 大島焼、黄八丈、新島ガラスの製作体験など、各島の特産品を活用し、滞在型観光を開発する。
- 島しょへの交通アクセスの向上
 - ・ 外洋に囲まれた伊豆諸島は、交通アクセスの向上がポイントとなるため、大島、八丈島空港の拡張及び各島港湾の整備を行う。
 - ・ 小笠原諸島への交通アクセスの向上を図る。
- 受入体制の充実 ※
 - ・ 民宿自家製の一夜干しなど、島ならではの食事サービスを提供する。
 - ・ 手すりや段差などの施設の改修や接遇の向上など、宿泊施設のサービスの改善を図る。
- 東京都版新たなエコツーリズムの構築 ※
 - ・ 小笠原諸島等の豊かで貴重な自然の保護と観光の両立を図る仕組みをつくり、世界的にも貴重な自然を保護する。
 - 〔ゾーニングによる立入制限地域等の指定
 - 〔自然保護のために適正利用者数の設定
 - ・ 新たな観光資源・産業を創出する。
 - 〔東京都版ナチュラリストガイド（仮称）付き観光の実施
 - 〔海陸の自然の特性を活かした観光スポットの開拓
 - 〔自然と調和した景観をもつまちづくり
 - 〔魅力ある特産品の開発
 - ・ 自然への理解と関心を深める啓発と教育を行う。

注) エコツーリズムとは

自然保護や環境保護への関心の高まりから、受け入れ地域の生態系などの自然環境や生活・文化を損なわずに行う観光事業をいう。



太平洋のまさしく秘境ガラパゴス諸島
厳しいの入島制限のもとで
悠然と歩くゾウガメ



美しい小笠原諸島の南島
しかし、表土の流出が進み、観光客が持
ち込んだ植物が在来種を淘汰し始める



小笠原で人気のホエールウォッチング
© 小笠原ホエールウォッチング協会

コラム

ガラパゴス

ダーウィンの進化論に大きなヒントを与えた島として、世界的に有名な島ガラパゴス。

でも、ここほど観光客にサービスの悪い島はない。ツーリングをする島々には、売店や休憩所もなければトイレさえもない。あるのは上下を黒白に塗り分けたOB杭のみ。観光客は、このOB杭の間を、ナチュラリストガイドの先導と厳重な監視の下に黙々と歩く。

しかし、全ての観光客が等しく驚嘆の声を上げ始める。イグアナが目の前にいる。ゾウガメがガイドの前をガイド風に歩いている。アホウドリが足元で首を傾けて見上げている。アザラシが駆け寄ってくる。まさに、本当の自然にすっぽり包まれたからだ。最悪のサービスが最高のサービスに変わる瞬間である。

自然の保護と観光の調和を図るエコツーリズム、どうしても東京から発信したい。

④ 産業を基軸とした新たな観光

東京には、優れたものづくりや先端技術産業等の集積地域があり、また、都市としての機能を支える様々な施設等が存在しており、これらに着目し、新たな観光ルートを開発する。

ア 産業集積地域等観光ルートの開発 ※

東京の優れた基盤的ものづくりや先端技術産業等の集積地域は、海外の人々も関心を持つ魅力的な観光資源である。区市町村と連携し、新たな観光ルートとして開発することにより、東京のイメージアップを図り旅行者を誘致し、地域を活性化することができる。

○ 産業集積地域観光モデル例

- ・ 基盤的ものづくり
- ・ 伝統的地場産業
- ・ アニメ産業
- ・ ファッション産業
- ・ 先端技術産業

○ 工場等の観光資源化

- ・ 世界的な大企業のショールームから手作業の技を見せる町工場まで、東京には多くの観光資源が存在する。これらをテーマごとに観光ルート化する。
- ・ <例>王子の「紙の博物館」、佃の造船「資料館」、銀座の「グラフィック・ギャラリー」、恵比寿の「麦酒記念館」、足立の「工場スクール」、墨田の「夢工場」等



東京の伝統工芸品に指定されている
東京打刃物



産業が集積する大田区
写真は、世界的にも評価の
高い金属絞り加工

コラム

産業が観光になるの？

東京には様々な産業が集積している地域がある。

基盤的ものづくりの大田区、ファッションの街である表参道・青山、アニメーションの制作会社が集積している荻窪、吉祥寺、三鷹などの中央線沿線等、ビジネスマンだけではなく多くの人々にとっても、世界的なレベルの産業に興味はそそられる。そのために、産業を新たな観光ルートとして開発していく。訪れる人が、それぞれの街を楽しんでもらえるよう、商店街、ホテルなど地域が一体となり受入体制をつくるのがポイント。

イ ショッピングを中心とした観光ルートの展開 ※

秋葉原の電気街は海外から多くの買い物客が訪れるように、世界中に名前が知られている。また、青山や表参道の斬新なファッションも世界的に注目を集めているなど、「外国人が考える東京の魅力」(図-12)にもあるように50%以上がショッピングを東京の大きな魅力としている。

東京をアジアの一大ショッピングセンターとして、これらの魅力をブラッシュアップし、観光資源としてPRしていく。

○ 特色あるショッピングルートの開発

秋葉原の電気街、上野のアメヤ横丁、浅草合羽橋の道具街、築地の場外市場、浅草橋の間屋街、渋谷・青山・表参道のファッション、銀座・青山・丸の内の世界のブランドショップ、新宿・池袋のディスカウントショップ、原宿の若者向けファッション、自由が丘や吉祥寺等特色ある商店街の情報を充実し、マップ作成等東京の魅力をPRする。



秋葉原電気街

コラム

秋葉原の新しい楽しみ方

真空管からハイテク部品まで揃っているのは、秋葉原だけ。

IT機器のパーツを手に入れた後、昼間なら隣の神田明神の門前で甘酒を楽しむ。飲むなら地下鉄で1駅の池之端のおでん屋へ行くのも手だ。

ウ 東京を支える都市基盤施設の観光資源化 ※

東京には都市としての機能を支える様々な施設等が存在しており、そこに見られる技術や機能は世界的にも高いレベルを誇るものが多い。

安全で快適な生活を提供する上下水道等大都市を支える都市基盤は、観光資源としても魅力的なものであり、これらに新たに着目し、観光資源としてPRしていく。

・ 交通機関	地下鉄の車両基地
・ 上水道	水道歴史館、奥多摩水と緑のふれあい館、水の科学館、羽村取水堰と玉川上水
・ 下水道	虹の下水道館
・ 中央卸売市場	大田市場等
・ 防災	都民防災教育センター、広域防災拠点 (白鬚東、白鬚西、亀戸・大島・小松川地区再開発事業)
・ 物流	東京港のコンテナターミナル
・ 橋梁	勝どき橋、清洲橋、永代橋、レインボーブリッジ
・ 臨海副都心の都市基盤	新交通ゆりかもめ、クリーンセンター、東京みなと館
・ 警察・消防	警察博物館、消防博物館
・ 環境	清掃工場、リサイクルセンター
・ 電気・ガス	電力館、ガスの科学館



木場公園の地下にある木場車両検修場
都営地下鉄大江戸線車両を
整備しているところも見学できる

コラム

東京を支える都市基盤施設の観光資源化

都民の足を支える地下鉄の車庫が、公園やマンションの下にあるとは、みなさん気づかないでしょう。

例えば、高島平に林立するマンションの人工地盤の下に、たくさんの地下鉄車両が休んでいます。ここでは、都心を走る地下鉄車両の整備を行っているのです。2階より上がマンション、1階が地下鉄の車庫なんて東京ならではの光景です。

また、下町の都民が憩う木場公園、この下にも地下鉄大江戸線の車庫があります。ここは、最近、はとバスのコースに組み込まれ、新たな観光スポットとして名乗りをあげています。



築地の場外市場の食堂に掲げられている外国語メニュー

コラム

市場の見どころ

東京の市場には、水産物で有名な築地市場、そして青果物と花ではわが国最大の市場である大田市場がある。

朝早くから野菜や魚などが卸売市場に並び、セリ人の威勢のいい声が響く。その東洋的でエキゾチックな光景を見るため、築地市場にはアメリカ・ロシアなど、大田市場には韓国・中国など、全世界の多くの観光客が見学に来る。

大田市場は見学者コースも整備され団体でも見学可能となっている。

セリを見た後、市場の内外で料理に舌鼓を打ったり、市場の外で旬の食材を買うことも市場の魅力だ。

エ 都営地下鉄等を活用した広域観光ルートの開発 ※

東京の地下鉄は、安全性、正確性、利便性において世界に誇ることができる。例えば、これらの地下鉄のほとんどと接続する大江戸線を活用し、旅行者が自由に東京の歴史やショッピングを楽しめるよう、広域観光ルートを開発する。

○ 地下鉄を活用した観光ルートの紹介

- ・ 「大江戸線deお散歩マップ」等広報誌を作成しPRする。
- ・ 駅長おすすめ散策コースを設定する。
- ・ 都立公園等との連携により、大名庭園コースなどの観光ルートを設定しPRする。

○ 地下鉄周辺商店街やホテル等とのタイアップによる旅行者等の誘致

- ・ 商店街とタイアップしたスタンプラリーの実施や、宿泊施設とタイアップした企画乗車券の発行等を行う。

○ 都電、都バスを活用した観光の推進

- ・ 都電を活用したイベントを開催する。
- ・ 都バス沿線の観光スポットを紹介し「探検バス・ガイド」を発行しPRする。

⑤ 歴史・文化・スポーツを活かした観光

東京には、歴史的建造物や街並みそのものが伝統文化として、観光の対象となる地域が多数存在している。また、歌舞伎などの伝統芸能や伝統工芸等、世界に誇りうる伝統文化や風物詩を有している。このような江戸東京400年の歴史を貴重な観光資源として保存・活用し、世界に向けてPRしていく。

さらに、マラソンやサッカーなど東京で行われているスポーツイベントに、海外からの参加や観戦募集などを行い、積極的に世界にPRし、新たな観光資源としていく。

○ 歴史的建造物の保存及び復元

- ・ 神田老舗5店舗、日比谷公会堂等を保存し、東京駅赤レンガ駅舎の復元を進める。

○ 歴史ある庭園の活用と復元

- ・ 歴史ある庭園を活用し、季節ごとに楽しむ。
六義園ーしだれ桜のライトアップ
旧芝離宮恩賜庭園ーライトアップと夕涼み等
- ・ 浜離宮恩賜庭園、小石川後楽園等文化財庭園の改修・復元を進める。

○ 芸術の観光スポット

- ・ 上野公園は、美術館、博物館、コンサートホールや動物園などの施設があり、これらを新たな観光スポットとして活用していく。

○ 文化財の活用

- ・ 都内にある約300件の文化財を一斉に公開する「東京文化財ウィーク」を観光資源として活用する。

○ 伝統芸能、伝統工芸の発表等

- ・ 伝統芸能等の公演を行うとともに、東京クラシックメッセ（伝統工芸展）などを開催する。
- ・ 東京の魅力を引き出す観光事業の展開を図る。
江戸東京400年の文化が息づく街（神田、浅草、蔵前、深川）
祭りの体験（三社祭、神田まつり）（神田、浅草）
- ・ 花火大会（隅田川、東京湾）
- ・ 風物詩（朝顔市、羽子板市、ほおずき市）（浅草、入谷）
- ・ 伝統工芸の工房めぐり（墨田、台東）

○ スポーツ等イベントの活用

- ・ マラソン、サッカー、シティサイクリング等の国際的スポーツイベントを活用した観光ルートを開発する。



六義園のしだれ桜



三社祭



東京国立博物館



浜離宮恩賜庭園

⑥ 東京臨海地域で展開する新たな観光

東京臨海地域は、羽田空港と東京港を擁し、都心に近接した陸海空の結節点として、人・もの・情報の広域的な交流を支える拠点性の高い地域である。

水辺や都市景観に対する関心の高まりなどの変化の中で、都市としての魅力と豊かな自然を併せ持ち、新しい活力と魅力を創造し発信するなど、様々な可能性を持つ空間でもある。

特に、臨海地域のほぼ中央に位置する臨海副都心は、多彩な観光資源を有するとともに、経済のグローバル化や情報化に対応した最先端の都市機能を発揮、東京の魅力の向上に多大な貢献をしている地域である。

既に、バラエティに富んだ都市型エンターテインメント施設や大型ショッピング施設、ホテル・コンベンション施設などが立地し、多数の来訪者で賑わっている臨海副都心は、その存在そのものが東京の観光を牽引するリーディングエリアとして位置づけられる。

また、日本を代表する国際貿易港であるとともに、大型クルーズ客船が入港する東京港も観光資源としての大きな可能性に満ちている。

これら地域を観光スポットや観光ルートとしてPRしていく。

○ 職住学遊のバランスのとれた複合的なまち「臨海副都心」の整備

- ・ 「東京」の代表的な観光拠点・賑わい創出空間＜多彩なエンターテインメント施設＞
- ・ 世界に向けた文化や技術・産業の情報発信拠点
- ・ 最先端産業の研究交流拠点＜国際研究交流大学村＞
未来に向けた最先端の研究交流拠点
体験型情報発信拠点
- ・ 東京を世界に発信する国際的なシンボル

○ 首都圏の海の玄関「東京港」を中心とする水辺空間の整備

- ・ 海上・水上交通を整備し、水辺景観を楽しむ観光ルートを開発する。
- ・ 海上公園内の施設を充実し、活用を図る。
- ・ 人工なぎさ（葛西、城南島）、葛西臨海水族園、ヨットハーバーなどの臨海施設の観光ルートを開発する。
- ・ 民間開発に併せた水際アクセスの確保、緑道の整備を行う。



夕暮れのレインボーブリッジと自由の女神。
昼の躍動的な魅力とはまた一味違う、ロマンチックな魅力を秘める時間が始まる。

コラム

臨海地域の楽しみ方

大都会の喧騒に疲れたときに、ふと恋しくなるのは海風…。
東京臨海地域には、砂浜での水遊び、マリンスポーツ、海辺の森でのバードウォッチング、すばらしい港や都市の夜景など、なんでもそろっている。
臨海地域の核となるのは、近年東京でもっとも注目をあびているエリアの一つ、臨海副都心。ここは、最先端の科学技術、おしゃれなショップやホテル、たくさんのアミューズメント、そして、世界各国の料理、なんでもそろった夢の国。
ぜひ行ってみたいのが「お台場海浜公園」。超有名スポットとして、テレビや映画のロケにも使われている。
あなたもドラマの主人公の気分が味わえるかも。

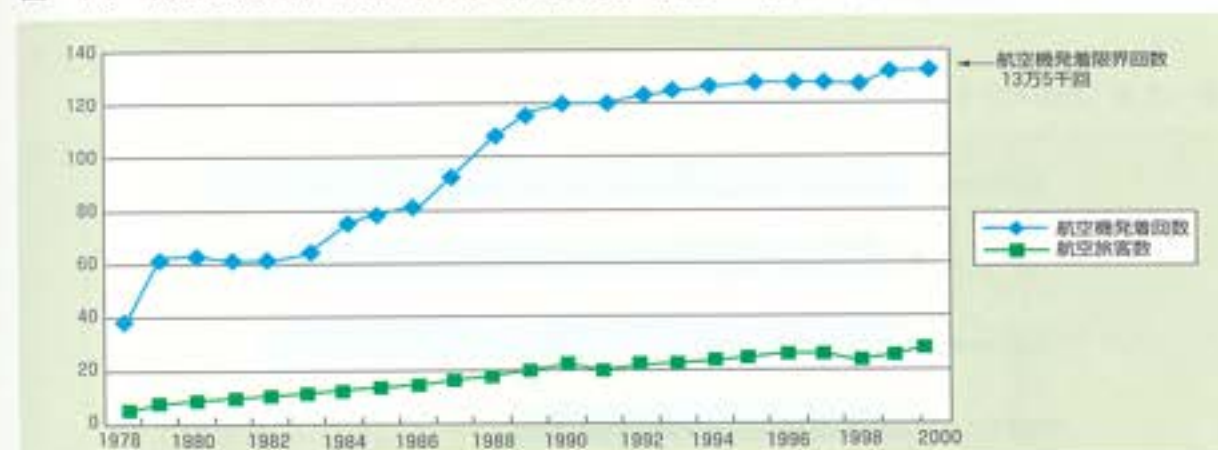
3 受入体制の整備

(1) 現状と課題

東京は、外国人旅行者を受け入れる体制が、パリやロンドンなどの観光先進都市に比べて十分整っていない。

外国人旅行者を倍増するには、首都圏における国際線の空港容量が限界にあることや（図-13）、都心から遠く不便であることが課題となっている（図-14）。これを解決するには、羽田空港の国際化が不可欠である。

図-13 成田空港の航空機発着回数、航空旅客数の推移（単位：千回、百万人）



出典：（財）関西空港調査会「エアポートハンドブック'01」

図-14 世界主要大都市の国際空港比較

都市名	空港名	面積 (ha)	滑走路本数	発着件数 (千回)	年間旅客取扱量 (千人)	都心からの距離 (km)
東京	成田	1,065	1	128	22,460	66
	羽田	1,100	3	236	51,220	16
シンガポール	チャンギー	1,663	2	177	22,523	20
香港	チェク・ラップ・コック	1,248	2	177	27,209	28
ソウル	金浦	672	2	89	29,296	17
	仁川	1,174	2	170	27,000	52
ニューヨーク	J・F・ケネディ	2,052	4	362	31,436	24
	ニューアーク	820	3	454	32,512	25
ロンドン	ヒースロー	1,141	3	451	60,360	24
	ガドウィック	760	1	251	29,033	43
パリ	ドゴール	3,104	4	403	38,465	25
	オルリー	1,534	3	242	24,931	14

出典：（財）関西空港調査会「エアポートハンドブック'01」

注）ソウル仁川国際空港の年間旅客取扱量は計画値

アクセスのほかに外国人旅行者を受け入れるにあたって多くの課題がある。

旅行者に対する歓迎メッセージがないことや、外国語標記が少ないこと、交通運賃体系が複雑であること等から、外国人旅行者が一人で歩くには難しい街となっている。

また、東京は物価が高いというイメージが外国人旅行者の間に多くある（図-15）が、一方で、東京には、100円以下のハンバーガーや300円以下の牛丼を提供する安い飲食店、あるいは、一泊5千円以下の外国人専用旅館もある。こうした情報をきちんと伝える努力も足りなかった。

さらに、観光先進都市のように総合的な観光案内所がターミナル駅等に整備されていないことや、緊急医療や災害時等の情報提供が不足しているなど、旅行者を温かく迎える環境整備がされていない。

図-15 外国人から見た東京の良くない点

（単位：％）



出典：平成7年度生活文化局「東京都観光施策に関する基礎調査」

（2） 具体的な施策（受入体制を整備するために）

東京を訪れる旅行者に対し、歓迎するメッセージを伝え、温かく迎える。また、国内外からの旅行者のニーズに対応するため、観光案内所等の観光情報の充実により、日本人の持つホスピタリティあふれる「おもてなしの心」を伝える仕組みづくりを行う。

① 交通アクセスの整備

首都圏における空港容量は、国際線、国内線とも不足した状態にあるだけでなく、今後十年以内に限界に達するという危機的状況にあることから、羽田空港の容量の拡大を図っていくことが何よりも重要である。また、都心と空港の間の交通アクセスを整備することも必要である。

また、快適な観光ができるように、交通渋滞を減らす等移動をスムーズにする。

○ 羽田空港の国際化

- ・ 国際チャーター便の運航時間帯を、深夜早朝に限定せず、国内線で使用していない時間帯まで拡大するとともに、便数の拡大をめざす。
- ・ さらに、再拡張等を早期に実現し、本格的な国際定期便の就航をめざす。

○ 横田飛行場の民間航空利用並びに横田空域の返還

- ・ 横田飛行場の民間航空利用の実現に取り組み、首都圏西部地域の航空利便性を飛躍的に高めるとともに、首都圏の空港容量の拡大をめざす。
- ・ また、横田空域の返還に取り組み、首都圏各空港の効率的な運用をめざす。

○ 空港アクセスの整備

- ・ 京浜急行電鉄本線及び空港線の連続立体交差化により羽田空港への輸送力を増強する。
- ・ 成田空港と都心及び羽田空港とのアクセス強化のため、都営浅草線の東京駅接着等について整備を検討する。
- ・ 羽田アクセス新線（仮称）及びJR東海道貨物支線の旅客化などについて検討する。
- ・ 空港から都心までのタクシー利用について、定額制、割引運賃制の実現を図る。

○ 東京港の整備

- ・ 外国客船が利用する客船ターミナルの活性化を検討する。

○ 道路交通の円滑化

- ・ 環状2号線、晴海通り、東京港臨海道路、東京港トンネルの整備を促進する。
- ・ 首都圏3環状道路（圏央道、外環、中央環状線）の整備を促進する。
- ・ 交通需要マネジメント（自動車利用者の公共交通利用への誘導等）を推進する。

○ 観光バス発着場の整備

- ・ 交通の結節点・観光の拠点周辺に観光バスの発着所を整備する。



新東京国際空港



東京駅のバス発着場

コラム

交通アクセスの整備

成田空港は1978年5月、1本の滑走路で開港した。その後、23年経った今も1本の滑走路でがんばっている。しかし、ここ数年は年間離発着回数も限界に達し、新たな航空会社の乗り入れを断っているのが現状。

一方、香港、上海、ソウル、シンガポールでは新空港を建設したり、現在の空港を拡張したりしてアジアのハブ空港になるため互いにしのぎを削っている。東京がアジアの中心都市の地位を確保していくためには、今後、空港機能の拡充を図ることが大切。

② 温かく迎える仕組みづくり

東京を訪れる旅行者に対し、歓迎するメッセージを伝え、温かく迎える。

○ ウェルカムボードの設置 ※

- ・ 空港、港や主要駅に、歓迎するメッセージを入れたウェルカムボードを設置する。

○ ウェルカムカードの作成、配布 ※

- ・ 歓迎メッセージのほか地下鉄の乗り方や緊急時連絡先案内、施設割引券等がセットになったカードを空港又はホテル等で配布する。

○ 共通バスの活用 ※

- ・ 外国人旅行者の利便性を図るため、利用期間等を定めた各交通事業者間共通乗車券を、さらに使いやすいものに改めるよう働きかけるとともに、その活用を図る。



海外で旅行者に配られている
ウェルカムカード
多彩な情報がつまっている



③ 旅行者にわかりやすい標識の整備及びバリアフリー化の推進

東京の街をはじめて歩く旅行者でも、目的地にスムーズにたどり着くことができ、安心して東京の観光を楽しめるようにするため、標識の整備や交通機関等のバリアフリー化を推進する。

- 街並みにあった観光案内標識の整備
- 観光旅行者にも配慮した道路案内標識の整備 ※
- 歩行者観光案内標識の充実 ※
 - ・ 観光案内標識をモデル地域で実施する。
- 外国語等による応対や標記 ※
 - ・ 鉄道、タクシー、文化施設、レストラン等の事業者の協力を得て、外国語による応対や標記を進める。
- ピクトグラフ（絵文字）の普及促進 ※
- 公共交通サービスの向上
 - ・ 地下鉄出入口のサインの統一（都営・営団）等利便性の向上を図る。
- 交通機関や宿泊施設のバリアフリー化の推進（高齢者や障害者対応）
 - ・ 都内全駅にエレベーターまたはエスカレーターの整備を促進する。
 - ・ ノンステップバスやリフト付タクシーの導入を促進する。
 - ・ 宿泊施設のバリアフリー化を推進する。 ※



英文を併記し、ピクトグラフも用いた案内標識（東京駅）

④ 外国人旅行者のニーズに対応したサービスの提供

外国人があげる東京の良くない点を見ると、滞在コストの高さが指摘される。しかし、定食屋、ソバ屋、牛丼屋などの低廉な飲食店が紹介されておらず、また、宿泊施設についても、低料金の施設が知られていない。さらに、日本の宿泊施設等では、今まで外国人旅行者の受入に積極的ではなかった。これからは、外国人旅行者のニーズに対応したサービスを提供していく必要がある。

- 外国人旅行者向けの料金体系やサービスの提供 ※
 - ・ 外国人旅行者の滞在コスト軽減のために、低廉な施設や各種割引制度などの情報を外国語によって正確に提供する。
- 外国人旅行者のニーズに対応した宿泊施設の提供
 - ・ 日本旅館などの客室の構造及び設備等の改善を行い、外国人旅行者の快適性や利便性を図る。
 - ・ 外国語による案内や料金表示などサービスの向上に努めるため、情報提供を積極的に行う。
- 外国人旅行者を受け入れるため研修会の実施
 - ・ 宿泊施設に外国人旅行者を受入れるため、接客などの研修を実施する。
- 外国人旅行者にわかりやすい宿泊施設の格付制度の検討 ※
 - ・ 外国人旅行者にわかりやすい宿泊情報を提供するため、ホテルや旅館の格付を検討する。



旅館の食堂で、獅子舞を楽しむ外国人旅行者

コラム

街とともに生きる外国人宿

谷中にある外国人旅館は、畳敷きと布団という和風の旅館。日本旅館の特徴を活かし、積極的に外国人旅行者を受け入れる。普通の旅館と違うのは、夕食がないことぐらい。かわりにお客様は、近所の食堂や居酒屋を使うという選択ができる。これも主人が商店街とタイアップしているおかげ。初めての外国人旅行者も主人の助言を得て、上手に地下鉄やバスを利用し、旅を楽しんでいる。

⑤ 観光案内所の充実やボランティアの活用

東京を訪れる国内外からの旅行者のニーズに対応し利便性を図るため、観光案内所の充実及び観光ボランティアの育成等を行う。

○ 観光案内機能の充実

- ・ 東京国際フォーラムとＪＲ新宿駅東口にある東京観光情報センター（東京ｉ）を交通結節点である羽田空港、東京駅及び都庁内へ再編整備する。※
- ・ 海外からの玄関口である成田空港の観光案内機能を充実する。
- ・ 東京ｉと区市町村や観光協会及び民間事業者の観光案内所などとネットワーク化を図り、情報提供を充実する。 ※
- ・ 24時間対応の観光案内機能を検討する。

○ 観光ボランティアの育成・組織化 ※

- ・ 帰国子女や海外駐在経験者を、観光ボランティアとして積極的に活用する。
- ・ 施設案内・窓口案内・地域案内などを充実させるため、区市町村と連携しボランティア情報のネットワーク化を図り、観光ボランティアが広域的活動を行えるようにする。



パリのシャンゼリゼ通りにある
観光案内所

⑥ 安全の確保

外国人に対する緊急医療や事件、事故、災害に適切に対応できる体制を整備するとともに、ウェルカムカードを通じて情報提供を行う。

○ 緊急時への対応

- ・ 東京都保健医療情報センターのホームページ「ひまわり」など英語による救急病院の紹介や相談コーナー（英語、中国語、ハングル語、タイ語、スペイン語）で医療情報の提供を行う。
- ・ 救急通訳サービス（医療機関向け、英語、中国語、ハングル語、タイ語、スペイン語）による外国語対応を行う。
- ・ 警察署、交番、110番、外国人困りごと相談コーナー、警視庁総合相談センター等における外国語対応を行う。
（警視庁通訳センター、[英語、中国語等13カ国語対応]）

○ 災害時への対応

- ・ 外国人に必要な災害情報の収集・提供体制整備を行う。
- ・ 災害時の外国人対応のため、防災（語学）ボランティアを活用する。

○ 防災管理体制の整備 ※

- ・ 我が国は、地震の多い国であるため、建築基準法改正以前の宿泊施設の耐震性などの確認を行い、安全性を確保する。
- ・ 災害時に外国人旅行者がひと目でわかる案内標示（ピクトグラフなど）の整備を進める。



外国人向けに医療情報を提供
するパンフレット

第3章 早急に取り組むべき施策

この章では、第2章で提案した各種施策の中で、早急に着手すべき施策を抜き出して、取りまとめている。

21世紀を迎えて、新世紀東京国際アニメフェア21、日韓共催ワールドカップサッカー大会など、国際的な行事の開催が予定されており、海外から多くの人々が東京を訪れることが予測される。

これらの機会を東京にとってシティセールスができる好機として捉え、東京を訪れる外国人旅行者に対し、新たな観光資源開発や受け入れ体制を整備するなど、早急に施策に取り組み、東京の魅力を世界に発信し、リピーターの確保に努める。

1 国際的なイベントの活用

開催時期が迫っており、かつ、海外からの集客が期待されるイベントに焦点をあてて、東京を積極的にPRする。

(1) 新世紀東京国際アニメフェア21

- ・ アニメ関連産業の振興を図るため、国内外からアニメ関連企業を誘致し、東京において見本市、コンペティション及びイベントを内容とする東京国際アニメフェアを定期的に開催する。
- ・ 今まで海外の見本市に出展できなかった中小のアニメ制作企業などが国際的な商談の場に参加することを可能にする。
- ・ 国内外の企業等との交流を深め世界中から注目を集めている日本製アニメーションを世界に発信する場とする。
- ・ 都内アニメの認知度を高めるとともに産業振興を図るため、「交流」と「情報発信」の機能を持ち、観光資源としても活用できる拠点づくりも検討する。

- ・ 開催日 2002年2月15日(金)～17日(日)
- ・ 会場 東京国際展示場ほか
- ・ 主催 新世紀東京国際アニメフェア21実行委員会
- ・ 内容 見本市、コンペティション、イベント

<主な取り組み>

- ◆ アニメ産業の拠点づくりについての調査検討をする。
 - ・ アニメ産業の認知度を高める機能
 - ・ アニメ企業の育成・支援機能

(2) ワールドカップサッカー大会開催時の観戦客への対応

- ・ 日本と韓国で共同開催される2002年ワールドカップ時は、両国を相互に移動する人々も含め、多くの観戦客が東京を訪れることが予想される。区市町村や関連業界及び近隣他都市との連携により観戦客への対応を図ることにより、再び訪れたいとなるように東京の魅力を世界に伝えていく。
- ・ 多くの若者の訪日が見込まれるため、東京での滞在を快適に過ごせるよう、割引等のサポート制度を関連業界と早急に検討して、実施する。
- ・ 観戦客が多いために混乱が生じないように、宿泊施設、交通アクセスなど、行政と民間が情報を一元化し、東京での安全を確保する。

<主な取り組み>

- ◆ 開催時にあわせて、交通の結節点に外国人対応の臨時観光情報センターを開設する。
- ◆ 帰国子女や海外駐在経験者などを活用し、通訳や観光案内等を行う観光ボランティアを配置する。
- ◆ 観戦客が安全で快適に滞在できるよう、歓迎するメッセージのほか地下鉄の乗り方や緊急連絡先案内、施設割引券等がセットになったウェルカムカードを空港やホテル等で配布する。
- ◆ 24時間型通訳サービスセンターを開設する。

2 積極的な誘致活動の展開

できるものから直ちに着手し、誘致活動の早期立ち上げを行い、集客の積極的な展開を図る。

(1) 情報の収集及び発信

海外から集客するための施策を展開するにあたり、マーケティング手法を採り入れ、相手国及び国民の情報収集を継続的に行う。さらに、外国において東京の観光情報を多く提供し、東京への関心を持ってもらうため、わかりやすく興味を引く質の高い情報を作成し、多様な手段をもって発信する。

- 「東京のイメージ」の把握
 - ・ 効果的で的確なプロモーション活動を実施するために、外国人旅行者の持つ東京のイメージを調査する。
- 観光情報の収集
 - ・ 相手のニーズやその変化を把握するため、マーケティング調査を行う。
 - ・ 他国インバウンド・ビジネスの事例研究を行うなど、在日観光事務所との情報交換会を定期的に開催する。
- 観光情報の提供
 - ・ 海外でも最新の情報を得ることができるよう、インターネットによる外国語の情報提供を充実する。
 - ・ 東京を訪れた外国人旅行者に的確な観光情報が伝えられるよう、テーマ別に各国の外国語パンフレットを作成する。

<主な取り組み>

- ◆ エリア別（相手国別）、客層別、目的別などマーケティング手法を採り入れ、情報収集を行う。
- ◆ 新たな観光商品を創出するために、外国人旅行者などがもつ東京のイメージを調査する。
- ◆ 海外でも東京の最新情報が得ることができるよう、旅館・ホテル、地下鉄路線図等が検索できるホームページの充実を図る。
- ◆ 英語、中国語、ハングル語、スペイン語等によるパンフレットや英語版の地図等の作成及び配布を行い外国人旅行者の利便性を図る。

(2) シティセールスの積極的な展開

効果的で的確なプロモーション活動を実施し、東京のイメージを積極的に海外に伝えていく。

- イメージアップキャンペーンの展開
 - ・ 「YES! TOKYO」キャンペーンを海外において展開し、東京のイメージアップを図る。
 - ・ 海外のテレビ、新聞、雑誌等のメディアを活用し、キャンペーンを行う。
- 民間と連携した海外旅行関係者への働きかけ
 - ・ 海外の有力マスコミ関係者を東京に招待し、記事掲載等により東京のPRを図る。
 - ・ 海外旅行エージェントを招待し、東京ツアー商品の作成を一層働きかける。
- 東京ロケーションボックスの活用
 - ・ 映画等のロケーション活動の円滑化を図り、東京を舞台とした映像製作を積極的に支援し、映像を通じて東京の魅力を発信する。
- ウェルカム・アジアキャンペーンの展開
 - ・ アジア大都市ネットワーク21共同事業として、アジア各都市とともに、ウェルカム・アジアキャンペーンを展開し、集客を図る。

<主な取り組み>

- ◆ 東京のイメージアップを図るため、アメリカ、中国、韓国等の海外のテレビ、新聞、雑誌などのメディアや海外で人気のアーティスト等を活用し、キャンペーンを行う。
- ◆ 各国観光担当機関に対し東京の魅力を積極的にPRし、誘致活動を行う。
- ◆ 欧米やアジアの旅行エージェント等を招待し、従来の観光ルートだけでなく、新たに開発した観光ルートを活用した東京ツアー商品の作成を一層働きかける。

◆ ウェルカムアジアキャンペーン

- ・ 参加各都市で「アジア観光活性化協議会」を構成し、共同で行う事業計画等を策定する。
- ・ 開発したテーマ別の新観光ルートを欧米及び各都市の旅行業界等に企画提案するとともに、マスメディアを活用したキャンペーンを展開する。
- ・ 産業等の情報や各都市を巡るツアールートメニュー、催行時期及び問い合わせ先などを掲載したツアー情報をインターネット上で提供する。

(3) コンベンション誘致活動の展開

国際コンベンションを誘致するため、コンベンション誘致活動への支援やアフターコンベンションの充実を図り、コンベンション開催地としての東京のセールスポイントを海外に向けて積極的にPRしていく。

○ 東京都としての歓迎メッセージの発信

- ・ コンベンション等国際会議の開催時に、知事等の歓迎メッセージを伝える。

○ コンベンション誘致支援

- ・ コンベンション誘致支援等助成金制度を活用し、国際会議招聘を支援する。
- ・ インターネットを用いた海外向けの東京のコンベンション施設案内を充実する。
- ・ コンベンション関係者の利用するホテル等に対し、地下鉄の乗り方や緊急時連絡先案内、施設割引券等がセットになったウェルカムカードを配布する。

○ アフターコンベンションにおける施設の使用促進

- ・ 都庁舎、浜離宮恩賜庭園、庭園美術館等都の関連施設を積極的に活用する。

○ 東京の観光ガイドマップの作成・配布

- ・ 東京の理解を深め、アフターコンベンションの充実を図るため、外国語による観光ガイドマップを作成し、配布する。

＜主な取り組み＞

- ◆ 国際会議等誘致を促進するため、東京で開催される会議及び開催意向のある会議のうち、一定の要件を満たすものについて支援する。
- ◆ コンベンションのうち、東京のシティセールスにとって特に寄与するものについて、支援する方策を検討する。

3 観光資源開発等の早期着手

早期に実行可能な観光資源開発や受入体制の整備に着手する。

(1) 産業集積地域等観光ルートの開発

東京の優れた基盤的ものづくりや先端技術産業等の集積地域は、海外の人々も関心を持つ魅力的な観光資源である。区市町村と連携し、新たな観光ルートとして開発することにより、東京のイメージアップを図り旅行者を誘致し、地域を活性化することができる。

○ 産業集積地域観光モデル例

- ・ 基盤的ものづくり ・ 伝統的地場産業 ・ アニメ産業
- ・ ファッション産業 ・ 先端技術産業

○ 工場等の観光資源化

- ・ 世界的な大企業のショールームから手作業の技を見せる町工場まで、東京には多くの観光資源が存在する。これらをテーマごとに観光ルート化する。
- ・ <例>王子の「紙の博物館」、佃の造船「資料館」、銀座の「グラフィック・ギャラリー」、恵比寿の「麦酒記念館」、足立の「工場スクール」、墨田の「夢工場」等

＜主な取り組み＞

- ◆ 観光ルート化の調査を実施するとともに、この調査に基づき、関係する区市町村に対して、ルート設定のための支援を行う。
- ◆ 区市町村の新たな観光スポット開発を支援する。

(2) ショッピングを中心とした観光ルートの展開

秋葉原の電気街は海外から多くの買い物客が訪れるように、世界中に名前が知られている。また、青山や表参道の斬新なファッションも世界的に注目を集めているなど、「外国人が考える東京の魅力」(図-12)にもあるように50%以上がショッピングを東京の大きな魅力としている。

東京をアジアの一大ショッピングセンターとして、これらの魅力をブラッシュアップし、観光資源としてPRしていく。

○ 特色あるショッピングルートの開発

秋葉原の電気街、上野のアメヤ横丁、浅草合羽橋の道具街、築地の場外市場、浅草橋の間屋街、渋谷・青山・表参道のファッション、銀座・青山・丸の内の世界のブランドショップ、新宿・池袋のディスカウントショップ、原宿の若者向けファッション、自由が丘や吉祥寺等特色ある商店街の情報を充実し、マップ作成等東京の魅力をPRする。

<主な取り組み>

- ◆ 観光ルート化について調査をするとともに、支援策を検討する。
- ◆ 個人で東京旅行をする外国人向けに、免税店などのすぐに役立つ情報を調査し、ホームページで検索できるサービスを提供する。

(3) 東京を支える都市基盤施設の観光資源化

東京には都市としての機能を支える様々な施設等が存在しており、そこに見られる技術や機能は世界的にも高いレベルを誇るものが多い。

安全で快適な生活を提供する上下水道等大都市を支える都市基盤は、観光資源としても魅力的なものであり、これらに新たに着目し、観光資源としてPRしていく。

- | | |
|----------|---|
| ・ 交通機関 | 地下鉄の車両基地 |
| ・ 上水道 | 水道歴史館、奥多摩水と緑のふれあい館、水の科学館、羽村取水堰と玉川上水 |
| ・ 下水道 | 虹の下水道館 |
| ・ 中央卸売市場 | 大田市場等 |
| ・ 防災 | 都民防災教育センター、広域防災拠点(白鬚東、白鬚西、亀戸・大島・小松川地区再開発事業) |

- | | |
|--------------|--------------------------|
| ・ 物流 | 東京港のコンテナターミナル |
| ・ 橋梁 | 勝どき橋、清洲橋、永代橋、レインボーブリッジ |
| ・ 臨海副都心の都市基盤 | 新交通ゆりかもめ、クリーンセンター、東京みなと館 |
| ・ 警察・消防 | 警察博物館、消防博物館 |
| ・ 環境 | 清掃工場、リサイクルセンター |
| ・ 電気・ガス | 電力館、ガスの科学館 |

<主な取り組み>

- ◆ 観光ルート化について調査をするとともに、支援策を検討する。

(4) 都営地下鉄等を活用した広域観光ルートの開発

東京の地下鉄は、安全性、正確性、利便性において世界に誇ることができる。これらの地下鉄のほとんどと接続する大江戸線を活用し、旅行者が自由に東京の歴史やショッピングを楽しめるよう、広域観光ルートを開発する。

○ 地下鉄を活用した観光ルートの紹介

- ・ 「大江戸線deお散歩マップ」等広報誌を作成しPRする。
- ・ 駅長おすすめ散策コースを設定する。
- ・ 都立公園等との連携により、大名庭園コースなどの観光ルートを設定しPRする。

○ 地下鉄周辺商店街やホテル等とのタイアップによる旅行者の誘致

- ・ 商店街とタイアップしたスタンプラリーの実施や、宿泊施設とタイアップした企画乗車券の発行等を行う。

○ 都電、都バスを活用した観光の推進

- ・ 都電を活用したイベントを開催する。
- ・ 都バス沿線の観光スポットを紹介し「探検バス・ガイド」を発行しPRする。

＜主な取り組み＞

- ◆ 観光ルート化について調査をするとともに、支援策を検討する。
- ◆ 外国人旅行者の利便性を図るため、一日乗車券（例えばＪＲ、都営地下鉄、営団地下鉄の共通券）の発売について検討する。

（５） 多摩地域における観光振興

多摩地域は、都心から近く、奥多摩湖や水道水源林をはじめとして森林や溪谷など豊かな自然、歴史や文化があり、身近なレクリエーションやハイキングの場として、多くの都民から親しまれている。

しかし、訪れる観光客の多くは自動車や電車を利用した日帰り客である。

このため、滞在型観光地としての付加価値を高め、休日の道路混雑の緩和や交通機関などのアクセスを向上していくことが必要である。

また、インターネット等により、多摩全体の情報発信を積極的に行い、国内のみならず海外からの観光客の集客を図ることが重要である。

さらに、多摩地域の魅力を引き出し、アピールしていくためには、行政区域を越えた広域的な観光ルートを開発していくことが必要である。

- インターネットを活用した情報提供
 - ・ 市町村、観光協会の持つ情報のネットワーク化を図り、観光スポットやイベント等の情報を充実し、適切に提供する。
- グリーンツーリズムの推進
 - ・ 都民の森における炭焼きなどの林業体験、滞在型農業体験など体験型観光資源の開発を推進する。
 - ・ バードウォッチングや植物探訪などを楽しむ仕組みを検討する。
- アウトドアスポーツの推進
 - ・ ハイキング、サイクリング、キャンプ、カヌー、溪流づくりなどアウトドアスポーツの振興と場の整備を図る。
- 多様で広域的な観光ルートの開発支援
 - ・ 玉堂美術館、吉川英治記念館等歴史と文化の探索路の設定などを推進し、整備を図る。

- ・ 多摩の酒蔵めぐり、山菜料理、奥多摩やまめなど味覚を楽しむ観光コースを設定し、活用を図る。
- ・ 各地に点在する温泉を観光ルートに組み入れ、活用を図る。

- 首都圏を含む広域観光ルートの開発
 - ・ 様々な場所でトレッキングが楽しめるような奥多摩から大菩薩峠、尾瀬につながる観光ルートの検討を行う。

＜主な取り組み＞

- ◆ 近県を含めた広域的な観光ルートについて調査をするとともに、支援策を検討する。
- ◆ 新しい観光需要に対応したきめ細かな受入体制づくりを行う市町村に対して支援する。

（６） 伊豆諸島の観光復興と新しい観光メニューの開発

三宅島火山活動及び新島、神津島近海地震等による観光産業への打撃は、直接被害のあった地域のみならず、大島、八丈島等に対し、いわゆる風評被害をもたらし、これへの対応が急務となっている。

伊豆諸島への観光客は、従来から減少傾向にあったが、今回の災害に伴い一層減少がみられた。観光を島しょの重要な産業として位置づけ、各島々自身の個性化を図り、抜本的な観光復興を進めていく。

また、伊豆諸島は外洋に囲まれ、豊かな海洋資源に恵まれているとともに、東京などの大都市の近くに位置しているという特徴がある。しかし、観光振興のためには、交通アクセスの向上が求められている。

さらに、亜熱帯植物が繁茂する小笠原諸島は、特徴ある生態系のもと固有の動植物が生息している。これらの保護と観光の両立を図るため、新たな観光の仕組みを作ることが必要である。

- インターネットを活用した情報提供
 - ・ 町村、観光協会が持つ情報のネットワーク化を図り、観光スポットやイベント等の情報を充実し、適切に提供する。

- グリーンツーリズムの推進
 - ・ 農業や漁業の体験とそれを活かした食事、みやげ物づくりと組み合わせた観光ルートを設定する。
- 各島の独自性を活かした 多様な観光コースの設定
 - ・ 野生動植物、自然景観、各島の史跡や民俗芸能など、自然と歴史・文化を探索する観光ルートを設定し、活用を図る。
 - ・ 焼酎、鮮魚、くさや、あしたば（明日葉）等味覚を楽しむ観光ルートを設定し、活用を図る。
 - ・ 新島・神津島・式根島等の島めぐりの観光ルートを開発する。
 - ・ 海辺の露天風呂など温泉を活用した観光ルートを開発する。
- 島の特産品を活用した滞在型観光の開発
 - ・ 大島焼、黄八丈、新島ガラスの製作体験など、各島の特産品を活用し、滞在型観光を開発する。
- 受入体制の充実
 - ・ 民宿自家製の一夜干しなど、島ならではの食事サービスを提供する。
 - ・ 手すりや段差の改修や接遇の向上など、宿泊施設のサービスの改善を図る。
- 東京都版新たなエコツーリズムの構築
 - ・ 小笠原諸島等の豊かで貴重な自然の保護と観光の両立を図る仕組みをつくり、世界的にも貴重な自然を保護する。
 - ┌ ゾーニングによる立入制限地域等の指定
 - └ 自然保護のために適正利用者数の設定
 - ・ 新たな観光資源・産業を創出する。
 - ┌ 東京都版ナチュラリストガイド（仮称）付き観光の実施
 - └ 海陸の自然の特性を活かした観光スポットの開拓
 - └ 自然と調和した景観をもつまちづくり
 - └ 魅力ある特産品の開発
 - ・ 自然への理解と関心を深める啓発と教育を行う。

＜主な取り組み＞

- ◆ 伊豆諸島の基幹産業である観光産業の振興を図るため、「伊豆諸島観光復興協議会」を設け、観光情報の充実、観光資源の開発、受入体制の整備の事業を行い、観光客の増大を図る。
- ◆ 新しい観光需要に対応したきめ細かな受入体制づくりを行う町村に対して、支援する。

（7） 受入体制の整備

東京を訪れる旅行者に対し、歓迎するメッセージを伝え、温かく迎える。また、国内外からの旅行者のニーズに対応するため、観光案内所等の観光情報の充実により、日本人の持つホスピタリティあふれる「おもてなしの心」を伝える仕組みづくりを行う。

- ウェルカムボードの設置
 - ・ 空港、港や主要駅に、歓迎するメッセージを入れたウェルカムボードを設置する。
- ウェルカムカードの作成、配布
 - ・ 歓迎メッセージのほか地下鉄の乗り方や緊急時連絡先案内、施設割引券等がセットになったカードを空港又はホテル等で配布する。
- 共通バスの活用
 - ・ 外国人旅行者の利便性を図るため、利用期間等を定めた各交通事業者間共通乗車券を、さらに使いやすいものに改めるよう働きかけるとともに、その活用を図る。
- 歩行者観光案内標識の充実
 - ・ 観光案内標識をモデル地域で実施する。
- 観光旅行者にも配慮した道路案内標識の整備
- 外国語等による対応や標記
 - ・ 鉄道、タクシー、文化施設、レストラン等の事業者の協力を得て、外国語による対応や標記を進める。
- ピクトグラフ（絵文字）の普及促進を図る。

- 宿泊施設のバリアフリー化の推進
 - ・ 高齢者や障害者が自由な旅行ができるように、宿泊施設のバリアフリー化を推進する。
- 外国人旅行者向けの料金体系やサービスの提供
 - ・ 外国人旅行者の滞在コスト軽減のために低廉な施設や各種割引制度などの情報を外国語によって、正確に提供する。
- 外国人旅行者にわかりやすい宿泊施設の格付制度の検討
 - ・ 外国人旅行者にわかりやすい宿泊情報を提供するため、ホテルや旅館の格付を検討する。
- 観光案内機能の充実
 - ・ 東京国際フォーラムとＪＲ新宿駅東口にある東京観光情報センター（東京ｉ）を交通結節点である羽田空港、東京駅及び都庁内へ再編整備する。
 - ・ 東京ｉと区市町村や観光協会及び民間事業者の観光案内所などとネットワーク化を図り、情報提供を充実する。
- 観光ボランティアの育成・組織化
 - ・ 帰国子女や海外駐在経験者を、観光ボランティアとして積極的に活用する。
 - ・ 施設案内・窓口案内・地域案内などを充実させるため、区市町村と連携しボランティア情報のネットワーク化を図り、観光ボランティアが広域的活動を行えるようにする。
- 防災管理体制の整備
 - ・ 我が国は、地震の多い国であるため、建築基準法改正以前の宿泊施設の耐震性などの確認を行い、安全性を確保する。
 - ・ 災害時に外国人旅行者がひと目でわかる案内標示（ピクトグラフなど）の整備を進める。

＜主な取り組み＞

- ◆ ウェルカムボードの設置
各交通機関の協力を得て、交通の結節点である都内主要駅や空港等に設置する。

- ◆ ウェルカムカードの作成・配布
各美術館等の施設機関等の協力を得て、ウェルカムカードを作成し、ホテル、旅館、空港等に配布する。
- ◆ 共通バス等
外国人旅行者の利便性を図るため、共通バス等に地下鉄の乗り方や緊急時連絡先の案内、施設割引等がセットになったカードを作成するよう、各交通事業者に対し、働きかける。
また、外国人旅行者の利便性を図るため、一日乗車券（例えばＪＲ、都営地下鉄、営団地下鉄の共通）の周知や内容の充実について検討する。
- ◆ 外国語等による応対や標記
タクシーやレストラン等の事業者、学識経験者等からなる検討会において、外国語等による応対や標記について検討するとともに、マニュアルを作成して対象業界に普及を図る。
- ◆ 歩行者観光案内標識の充実
標識デザインを公募し、学識経験者や行政機関等からなる公募選定委員会で、作品を選定するとともに、選定された作品を外国人の多い地域にモデル設置し、効果を検証する。また、マニュアルを作成し、区市町村に普及を図る。
- ◆ 宿泊施設のバリアフリー化の推進
宿泊施設が通路の段差・廊下等の手すりの改修や設置などバリアフリー化を推進する場合に支援する。
- ◆ 外国人旅行者向けの料金体系やサービスの提供
外国人旅行者を受け入れる宿泊施設や低廉な宿泊施設等の情報を広く海外にも提供する。また、長期宿泊割引制度やリピーター優遇制度を検討する。
- ◆ 外国人旅行者にわかりやすい宿泊施設の格付制度の検討
外国人旅行者にわかりやすい宿泊情報を提供するため、ホテルや旅館の格付を検討する。
- ◆ 観光案内機能の充実
東京観光情報センターを再編整備する。また、各案内所等とのネットワーク化を図るため、ソフト開発等を行う。
- ◆ 観光ボランティアの育成・強化
各区市町村に登録されているボランティアのうち語学の得意な方や帰国子女等を観光ボランティアとして育成するため、研修などを行う。
また、ボランティア情報のネットワーク化を図るため、ソフト開発を行う。

第4章 観光産業振興プランの実現をめざして

観光産業振興プランは、東京の再生をめざして、出かけるだけの観光から、受け入れるために何をなすべきかという発想に立って政策を転換し、外国人旅行者誘致の目標値を掲げ、具体策を提示したものである。その実現のために、国・都・区市町村・民間事業者・関連団体・都民の役割を明確にし、推進体制を構築して、積極的な施策の展開を図っていく。

1 役割分担

観光産業振興プランに示した個々の具体的な施策を実現するため、国・都・区市町村・民間事業者・関連団体・都民のそれぞれの役割を明確にし、事業を実施していく必要がある。

なお、「表-1」は、第2章に掲げた施策について、実施主体を明確にするため都の考え方を整理したものである。

(1) 国の役割

国は、観光を新たに産業として捉え、重要課題として取り組み、外国人旅行者の積極的な誘致を行うとともに、諸外国との連携や都道府県が行う観光産業振興策を支援する。

- 安全対策の強化（テロ対策等）
- 入国管理の体制整備（ビザ発給基準についての検討等）
- 国際空港の容量拡大（羽田空港の国際化・横田飛行場の民間航空利用）
- 道路交通の整備促進（首都圏3環状道路等）
- カジノ等新たな観光資源の開発に伴う規制緩和（法令改正など）
- 情報収集と観光PRの強化（観光統計の整備等）
- 地方への支援拡大・充実（予算の大幅な増加）

(2) 都の役割

都は観光産業のあり方を常に検討し、社会情勢の変化に適合した施策を構築する。その上で、行政や民間との連携を図るなどプラン実現の原動力となる役割を担う。

さらに、東京のシティセールスの主体となり、積極的に推進する。

また、観光産業振興プランの周知徹底を図るとともに、区市町村がそれぞれの地域の実情に応じ、観光産業施策を的確に進めることができるよう協力・支援する。

- 東京の観光産業に関する調査・分析、情報収集・提供
- 東京の観光政策の企画・立案
- 国や隣接県との情報交換
- シティセールスの展開による旅行者の誘致促進
- 区市町村や民間の観光産業関連事業に対する協力や支援
- 隣接県との連携による広域観光ルートづくりの検討

(3) 区市町村の役割

区市町村は地域の活性化を図るため、地元住民の意識啓発や先進的事例の情報収集等を行う。また、地域の情報を発信するとともに地元の観光協会等と連携し、観光産業振興施策に取り組む。

さらに、各地域に係る広域的な観光事業に関して、国、都及び関係団体等と連携する。

- 地域の特性を活かした魅力づくりの推進
- 地域内の観光産業関連情報の収集と提供
- 地域内の観光施設や観光ルートなど整備等の推進
- 民間事業者や観光協会などの旅行者増加等の取組みに対する支援や調整
- 地域住民の観光産業に対する理解の促進

(4) 民間事業者の役割

民間事業者は外国人旅行者の誘致に積極的に取り組み、それぞれの分野で、時代の変化や旅行者の多様なニーズに的確に対応できるサービスを提供するため、商品づくりや人材を育成する。

また、住民や行政と協力して地域の担い手として活動することにより、個々の地域の魅力向上に貢献する。

- インバウンドを中心とした企画・商品づくりとPR
- 旅行者のニーズに対応した旅行サービスの提供
- サービスの質の向上に寄与する人材の育成と確保
- 接客サービス・ホスピタリティ向上の研修

(5) 観光関連団体の役割

観光関連団体には、公益法人与業界団体の2つがある。

公益団体は、行政と民間のパイプ役や行政機能の一部を補完する役割を持っている。業界団体は、会員企業の自主的な経済活動を促進し、社会的地位の向上を図る。

- 相手国のビューロー等団体との窓口
- 東京の海外観光宣伝を行う際の行政と民間のパイプ役
- 観光関連業界の活性化を図るための人材育成
- 外国人旅行者の誘致のための情報提供や観光ルートの開発
- 行政と一体となった各種観光事業の展開

(6) 都民(地域住民、ボランティア・NPO)の役割

自分達の住んでいる地域に愛着を持ち、環境美化や景観づくりといった地域の魅力をさらに向上させるための活動へ、積極的に参加することが必要である。

このことが旅行者にとって「訪れたい地域」としての魅力づくりとなる。

来訪者が増えることによって交流の機会が増え、その交流を通して来訪者に対する「おもてなしの心」を培いながら、自分達の住むまちの魅力をより磨いていくことになる。

街かどの道案内や、ひとことの声かけなど、人と人とのコミュニケーションを自ら進んで行うボランティアやNPOの役割は、ますます重要になる。

- ひとことの声かけなど、日常生活の中で訪問者へおもてなしの心の表現
- 外国人旅行者と地域との積極的な観光交流の促進
- 地域の自然や歴史・文化遺産の保護保全、伝統行事等の継承
- 自らが誇りを持ち、愛着を感じる魅力ある地域づくりへの参加
- ボランティア・NPO間の情報の共有や協力体制の確立

2 事業の推進

東京を訪れる外国人旅行者を277万人から5年間で倍増の600万人に増やすという観光産業振興プランの目標を達成するために、都・区市町村・民間事業者・関連団体・都民、さらに国や他道府県が連携し、それぞれの役割分担を推進すると同時に必要な協力体制をつくり、事業を展開する。

(1) 都の推進体制

都は観光産業振興プランの実現を図るため、その執行体制を強化する。

東京都観光事業審議会を開催し、都の観光事業に関する計画や重要事項を調査審議する。

都の関係部局からなる東京都観光行政推進協議会を開催し、観光施策(観光産業振興プラン)について推進する。さらに、観光産業振興施策の事業化に向けてテーマごとに部会を開催し、円滑な実施を図る。

(2) 都と区市町村

行政連絡会を開催し、情報交換をするとともに、広域的な課題、地域の課題を検討し、広域的な事業は連携しながら展開し、地域的な事業については区市町村の自主的な事業実施を支援する。

(3) 都と国及び他道府県

定期的な情報交換を行い、施策の整合性を図る。

広域的な観光ルート開発事業などについて連携を図る。

首都圏については、首都圏の持つ多様な観光資源を活かすため、観光情報を相互に交換しながら、一体的に事業展開ができるようにネットワーク化を図る。

(4) 都と観光関連団体及び民間事業者

情報交換を行うとともに、テーマごとに関連した団体や事業者と連絡会を持ち、連携や協力を図る。

(5) 都と都民(地域住民、ボランティア・NPO)

都は情報提供を行うとともに、都民が参加しやすい場の提供を行う。

観光ボランティアを育成し、区市町村等と連携して、ボランティア情報のネットワーク化を図る。

3 財源の確保

平成12年11月に東京都税制調査会は、都の抱える政策問題の解決を目的として税制を活用するという立場からホテル税の創設を答申した。

これを受け、東京都は平成13年11月に観光に用途を限定した法定外目的税の導入を提案した。ホテル等の宿泊者に一定の負担を求め、その収入を東京の魅力を高める施策に振り向けていくことで、さらに多くの旅行者が東京を訪れるという好循環を創り上げていくことになれば、東京のポテンシャルを高める上で、重要な意義を持つと言える。

また、観光は、関連する産業のすそ野が広く、かつ、経済波及効果が大きいため、東京のみならず他の地域へ波及する有効な手段でもある。

この税の導入によって、安定的、継続的に観光施策の財源を確保し、世界に向けたシティセールスや新たな観光ルートの整備、観光案内所の充実など観光産業振興施策の戦略的な事業展開を図り、外国人旅行者の誘致を図っていく。

表-1 観光産業振興プラン事業の役割分担

区分	情報の提供	観光資源の開発	税入体制の整備
国	1. シティセールスの積極的な展開 2. 民間と連携した海外旅行関係者への働きかけ 3. 民間と連携した海外旅行関係者への働きかけ 4. 民間と連携した海外旅行関係者への働きかけ 5. 民間と連携した海外旅行関係者への働きかけ	1. 都市づくりによる観光資源創設 (1) 景観の整備 2. テラス及びスロープ・階段の整備促進による水辺散策路などの観光空間の形成(都からの要請) 3. 新たな都市型観光の創出 (1) 24時間型都市の整備 2. 交通機関の深夜割引制の検討(都からの要請) 3. カジノ等新たな観光資源の開発に伴う法令の整備(都からの要請)	1. 交通アクセスの整備 (1) 羽田空港の国際化に向けたの検討(都からの要請) (2) 羽田飛行場の民間航空利用、羽田空港の拡張(都市計画局) (3) 空港アクセスの整備 2. 空港から都心までのタクシーの定額制、割引運賃制の検討(都からの要請) 3. 道路交通の円滑化 4. 首都圏3環状線(圏央道、外環、中央環状線)の整備促進(都からの要請)
都	1. 情報の収集及び発信 (1) 東京のイメージ調査の実施 (2) 観光情報の収集 2. 観光に関する国際マーケティング調査の実施 3. 在日観光事務所との情報交換会の開催 (1) 観光情報の提供 (2) インターネットによる外国語の情報提供 (3) テーマ別外国語パンフレットの作成 2. シティセールスの積極的な展開 (1) イメージアップキャンペーンの展開 2. 海外における「YES! TOKYO」キャンペーンの実施 3. 海外のテレビ、新聞等のメディアを活用したキャンペーンの実施 2. 東京の魅力を高めた東京ダイレクトメールの発信 (1) 民間と連携した海外旅行関係者へのシティセールス	1. 都市づくりによる観光資源創設 (1) 景観の整備 2. JR東京駅舎の復元と駅前広場の整備等(都市計画局、建設局) 3. 隅田川等6地区の景観基本軸の指定(都市計画局) 4. テラス及びスロープ・階段の整備促進による水辺散策路などの観光空間の整備(建設局) 5. 首都圏高速道路の更新に伴った日本橋川の再生(都市計画局等) (2) 都市環境による地域の活性化 3. 大手町・丸の内・有楽町地区の都市再開発の推進(都市計画局) 4. 河川を利用した民間による水上バスの観光ルート開発の支援(建設局) (3) 秋葉原地区の開発「IT関連産業の世界的拠点づくり」	1. 交通アクセスの整備 (1) 羽田空港の国際化(都市計画局) (2) 羽田飛行場の民間航空利用、羽田空港の拡張(都市計画局) (3) 空港アクセスの整備 2. 空港から都心までのタクシーの定額制、割引運賃制の実施(都市計画局、建設局) 3. 成田空港と都心及び羽田空港とのアクセス強化のため、都営浅草線の東京駅延伸等の整備・検討(都市計画局、交通局) 4. JRと共同で羽田アクセス新線(仮称)及び東海道貨物支線の旅客化の検討(都市計画局) (4) 外国客船が利用できる寄船ターミナルの活性化方策の検討(港湾局) (5) 道路交通の円滑化 6. 環状2号線、環状3号線、環状4号線、東京環状線、東京環状線、東京環状線、東京環状線の整備(建設局、港湾局)

区分	情報の発信	観光資源の開発	受入体制の整備
都	- 海外の有カマスコミ関係者による東京のPR - 海外旅行エージェントによる東京ツアー商品の作成 国、団体との協力による各国観光機関に対する東京のPR	- 都市計画局、建設局等 ④ 公園空地の活用促進（公園空地の緑化、観水施設等の設置）（建設局等） ⑤ 自然の再生 - 人工的な設置（港湾局等） - 建築物の屋上等の緑化の推進（環境局） - 身近な河川のせせらぎ再生、沿道整備（建設局） ⑥ 電線類の地中化（建設局等） ② 新たな都市型観光の創出 ① 24時間型都市の整備 - 劇場、ホール等の利用時間の延長（民間事業者への要請） - 公共交通機関の営業時間の延長の要請 ② 新たな観光資源の開発の検討 ③ 東京ぐるみの観光資源化 - 食文化の観光資源化	- 国に対して首都圏3環状線（圏央道、外環、中央環状線）の整備促進の要請（都市計画局、建設局） - 交通需要マネジメント（自動車利用者の公共交通利用への誘導等）の推進（道徳局、都市計画局、建設局、警視庁） ⑥ 観光バス発着場の整備 - 交通の結節点・観光の拠点周辺の整備（都市計画局） ② 温かく迎える仕組みづくり ① 歓迎メッセージを入れたウエルカムボードの設置（空港、港や主要駅） ② ウエルカムカードの作成、配布 - 歓迎メッセージのほか地下鉄の乗り方や緊急時連絡先案内等がセットになったカードの配布（配布場所：空港、ホテル） ③ 共通バスの活用 - 外国人旅行者の利便性を図るため、利用期間等を定めた各交通事業者間共通乗車券の発売（JR、私鉄への要請） ③ 旅行者にわかりやすい情報の整備及びバリエーション化 ② 外国語等による応対や標記 - 鉄道、タクシー、レストラン等に対して外国語による応対や標記に関するマニュアルの作成・配布 ③ 区市町村や鉄道事業者等に対するポスターグラフィック（絵文字）の普及促進 ④ 歩行者観光客案内標識の充実 ⑤ 地下鉄出入口のサインの統一（要請：産業労働局） ⑥ 交通機関や宿泊施設のバリエーション化の推進 - 都内全駅にエスカレーター、エスカレーターの整備（環境、交通局） ⑦ ノンステップバスやリフト付きタクシーの導入促進（導入：交通局）（促進：福祉局）
	- インターネットによる外国語のコンベンション施設案内の拡充 - ホテル等に対するウエルカムカードの配布 ③ 多様なコンベンション施設（都所有施設）の活用（各局） ④ アフターコンベンションにおける施設の活用促進 - 都庁舎、東京都庁副都庁等の都庁施設等の活用（各局） ④ イベントを契機としたシティセールスの展開 ① 東京国際アニメフェアの開催 - 東京アニメフェアの定例的開催 - アニメ産業及び観光資源の拠点づくりの検討 ② ワールドカップサッカー大会開催時の観客への対応 - 区市町村や関連業界との連携による観客へのPR	① 24時間型都市の整備 - 劇場、ホール等の利用時間の延長（民間事業者への要請） - 公共交通機関の営業時間の延長の要請 ② 新たな観光資源の開発の検討 ③ 東京ぐるみの観光資源化 - 食文化の観光資源化 ③ 自然と調和した観光（多摩地域） ① インターネットを活用した情報提供の推進 ② グリーンツーリズムの推進 - 飲食店等の営業時間、農産物産地など体験型の観光資源開発 - バードウォッチングや植物観察等の仕組みづくり（環境局） 「たけのこ山公園」の整備（建設局） - 魅力ある農産物産地所づくりの推進 ③ アウトドアスポーツの推進 - ハイキング、キャンプ、渓流釣り等アウトドアスポーツの振興と場の整備（生活文化局、教育庁、産業労働局、建設局） ④ 多様な地域的な観光ルートの開発支援 - 玉堂美術館、吉川英治記念館等歴史と文化の探索路の設定及び整備 ③ 多摩の酒蔵めぐり、山菜料理など味覚を楽しむ	① 共通バスの活用 - 外国人旅行者の利便性を図るため、利用期間等を定めた各交通事業者間共通乗車券の発売（JR、私鉄への要請） ③ 旅行者にわかりやすい情報の整備及びバリエーション化 ② 外国語等による応対や標記 - 鉄道、タクシー、レストラン等に対して外国語による応対や標記に関するマニュアルの作成・配布 ③ 区市町村や鉄道事業者等に対するポスターグラフィック（絵文字）の普及促進 ④ 歩行者観光客案内標識の充実 ⑤ 地下鉄出入口のサインの統一（要請：産業労働局） ⑥ 交通機関や宿泊施設のバリエーション化の推進 - 都内全駅にエスカレーター、エスカレーターの整備（環境、交通局） ⑦ ノンステップバスやリフト付きタクシーの導入促進（導入：交通局）（促進：福祉局）

区分	情報の発信	観光資源の開発	受入体制の整備
都	- 都民等に対する観光振興の推進策等の検討 - 安全の確保と関係する各関係機関との連携 ① 一元化	- 観光コースの設定 - 各地に点在する温泉を観光ルートの活用 ⑤ 首都圏を含む広域観光ルートの開発（地場への要請） ⑥ 鉄道駅、アクセス向上を図る道路等の整備 - 多摩川沿岸道路等の整備（建設局） ⑦ 森林ボランティア活動の促進 ③ 自然と調和した観光（島しょ地域） ① インターネットを活用した情報提供の推進 ② グリーンツーリズムの推進 - 農業や漁業の体験を活かした観光ルートの開発 ⑤ 各島の独自性を活かした多様な観光コースの設定 - 新島、神津島、式根島等の島回りの観光ルートの開発 ⑥ 島上へのアクセスの向上 - 大島、八丈島空港の拡張及び全島港の整備（建設局） - 小笠原諸島への交通アクセスの検討（建設局） ⑦ 受入体制の充実 - 宿泊施設の増設や設備等の改善に資する経費の支援 ⑧ 東京都域新たなエコツーリズムの構築 - 小笠原諸島の貴重な自然の保護と観光の両立（環境局） ① 立入制限地域等の指定、適正利用者の設定 - 新たな観光資源・産業の創出（環境局等） 【ナチュラリストガイド付き観光の実施、観光スポットの開発】 ④ 産業を基軸とした新たな観光 ① 産業集積地観光ルートの開発・支援 ② ショッピングを中心とした観光ルートの開発・支援 ③ 東京を支える都市基盤施設の観光資源化（各局） ④ 都営地下鉄等を活用した広域観光ルートの開発（交通局） ⑤ 歴史・文化・スポーツを活かした観光 ① 歴史的建造物の保存及び復元	⑥ 宿泊施設のバリエーション化の整備支援 ⑦ 観光旅行者にも配慮した道路案内標識の整備（建設局） ④ 外国人旅行者のニーズに対応したサービスの提供 ② 外国人旅行者のニーズに対応した宿泊施設の提供 - 日本旅館など客室の清潔及び設備等の改善に関する支援 ④ 外国人旅行者にわかりやすい宿泊施設の指定制度の検討 ⑤ 観光案内所の充実やボランティアの活用 ① 観光案内所の充実 - 観光案内所の両側整備（国際フォーラム、新宿駅東口、羽田空港、東京駅、都庁） - 成田空港内にある観光案内所内の充実 - 観光案内所（東京観光情報センター）と区市町村、観光協会及び民間事業者の観光案内所などのネットワーク化の整備 ② 24時間対応の観光案内所の検討 - 観光ボランティアの育成・組織化 - 外国人観光客や海外在住者等の登録と研修の実施 - 施設案内や窓口案内、地域案内等の充実を図るため、ボランティアのネットワーク化の構築 ⑥ 安全の確保 ① 緊急時への対応 - 都保健衛生情報センターのホームページ等による外国語での情報提供（衛生局） - 外国人旅行者に対する緊急通報サービスの活用（衛生局） - 外国人旅行者に対する警視庁通報センターの活用（警視庁） ② 災害時の対応 - 外国人に対する災害情報の提供体制の整備（経済局） - 災害時の外国人に対する防災（国等）ボランティアの活用（生活文化局） ④ 防災管理体制の整備

区分	情報の発信	観光資源の開発	受入体制の整備
都		・ 神田老舗・店舗、日比谷公会堂等の保存・支援(生活文化局)	・ 建築基準法改正以前に建てられた明治前期の耐震性確認 ・ 案内標示(絵文字・ピクトグラフ等)の整備
		② 歴史ある資源の活用と還元	
		・ 歴史ある資源の活用方法の検討(建設局) ・ 浅草寺恩恵館、小石川後樂園等文化財協会の改修・復元(建設局)	
		③ 景観の観光スポット	
		・ 上野公園周辺施設の活用	
		④ 文化財の活用(教育庁)	
		⑤ 伝統芸能、伝統工芸の発表等(生活文化局、産業労働局、教育庁)	
		⑥ スポーツ等イベントの活用	
		・ 国際的なスポーツイベントを活用した観光ルートの開発(各局)	
		⑦ 東京臨海地域で展開する新たな観光	
区市町村		① 観光客のニーズとれた複合的なまちの「臨海副都心」の整備(港務局)	
		② 首都圏の海の玄関「東京港」を中心とする水辺空間の整備(港務局等)	
近 郊		③ 自然と調和した観光(多摩地域)	
		④ 広域的な観光ルートの開発(都と連携)	
		⑤ 自然と調和した観光(多摩地域)	
		⑥ インターネットを活用した情報提供の推進	
		⑦ グリーンツーリズムの推進	
		・ 環境等の社会体験、農業体験など体験型の観光資源の開発 ・ 魅力ある農産物直売所の整備	
		⑧ アウトドアスポーツの推進	
区市町村		③ 自然と調和した観光(多摩地域)	
		④ 広域的な観光ルートの開発(都と連携)	
		⑤ 自然と調和した観光(多摩地域)	
		⑥ インターネットを活用した情報提供の推進	
		⑦ グリーンツーリズムの推進	
		・ 環境等の社会体験、農業体験など体験型の観光資源の開発 ・ 魅力ある農産物直売所の整備	
		⑧ アウトドアスポーツの推進	

区分	情報の発信	観光資源の開発	受入体制の整備
区市町村	・ 都や関連事業者との連携による観光客へのPR ・ 安全の確保を図るための宿泊施設等の情報の一元化	・ ハイキング、キャンプ、渓流釣り等アウトドアスポーツの普及と場の整備	① 観光案内施設の充実 ・ 観光案内所(東京観光情報センター)と区市町村、観光協会及び民間事業者の観光案内所などのネットワーク化の整備
		④ 多様な広域的な観光ルートの開発支援	② 観光ボランティアの育成・組織化
		・ 五重塔所蔵、吉川英治記念館等歴史と文化の歴史館の開発 ・ 多摩の酒蔵めぐり、山梨料理など味覚を楽しむ観光コースの整備	・ 区市町村在住の外国人女子や海外在住経験者の登録の協力 ・ 区市町村内の施設案内や窓口案内、地域案内等の充実を図るため、ボランティアのネットワーク化の推進
		⑤ 各地に点在する温泉を観光ルートの整備	③ 安全の確保
		⑥ 自然と調和した観光(島しょ地域)	④ 防災管理体制の整備
		⑦ インターネットを活用した情報提供の推進	・ 案内標示(ピクトグラフ等)の整備
		⑧ グリーンツーリズムの推進	
		・ 農業や漁業の体験を活かした観光ルートの開発 ④ 各島の独自性を活かした多様な観光コースの設定	
		・ 自然と歴史・文化を探究する観光ルートの設定及び活用 ・ 情報、鮮魚、明日葉等の味覚を楽しむ観光ルートの設定及び活用	
		⑤ 露天風呂など温泉を活用した観光ルートの開発	
区市町村		⑥ 島の特産品を活用した滞在型観光の開発	
		・ 大島焼、黄八丈の製作物産品など各島の特産品を活用した滞在型観光の開発	
		⑦ 東京臨海副都心エコツーリズムの推進	
		・ 新たな観光資源・産業の創出	
		⑧ ナチュラリストガイド付き観光の実施、観光スポットの開拓、特産品の開発等	
		・ 自然への理解と関心を深める教育の実施	
		④ 産業を基軸とした新たな観光	
		① 産業集積地域観光ルートの支援	
		② ショッピングを中心とした観光ルートの支援	
		③ 歴史・文化・スポーツを活かした観光	
		④ 歴史ある資源の活用と還元	

区分	情報の発信	観光資源の開発	受入体制の整備
区市町村		- 歴史ある建物の活用方法の検討 - 伝統芸術、伝統工芸の発表等のPR - 東京臨海地域で展開する新たな観光	
団体	1 情報の収集及び発信 ① 観光情報の提供 - 都の支団によりインターネットによる外国語の情報提供 2 シティセールスの積極的な展開 ① イメーリアップキャンペーンの展開 - 都と共同により海外における「YES! TOKYO」キャンペーンの実施 - 都からの委託による海外のテレビ、新聞等を活用したキャンペーンの実施 ② 民間と連携した海外旅行関係者への働きかけ - 都からの委託による海外旅行エージェントの招待 - 国際観光振興会との協力による各国観光機関に対する東京のPR - 団体等が実施する経済ミッション、見本市を活用したシティセールス（都からの依頼） ③ ウェルカムアジアキャンペーン ④ コンベンション誘致活動の展開 ⑤ コンベンション誘致支援 - 都の支援する誘致支援等助成金制度の活用による国際会議の誘致 - 都からの委託によるウェルカムカードの作成・配布 - 東京ガイドマップの作成・配布	観光資源の開発 ① 観光案内所の創出 ② 東京グルメの観光資源化 - 外国人のニーズにあった食情報の提供 - 都との共同による食文化の観光資源化 ③ 自然と調和した観光（多摩地域） ④ インターネットを活用した情報提供の推進（観光協会） ⑤ 森林ボランティア活動の促進 ⑥ 自然と調和した観光（島しょ地域） ⑦ インターネットを活用した情報提供の整備（観光協会） ⑧ 東京都市圏新たなエコツーリズムの構築 - 新たな観光資源・産業の創出（観光協会等） ⑨ ナチュラリストガイド付き観光の実施、観光スポットの開拓 ⑩ 歴史・文化・スポーツを活かした観光 ⑪ 観光協会による伝統芸術、伝統工芸の発表等のPR	受入体制の整備 5 観光案内所の充実やボランティアの活用 ① 観光案内所機能の充実 - 都からの委託による観光案内所の再編整備（国際フォーラム、新宿駅東口・羽田空港、東京駅、都庁） - 都及び千代田等との共同設置している成田空港内にある観光案内所（国際観光協会） - 観光案内所（東京観光情報センター）と区市町村、観光協会及び民間事業者の観光案内所などのネットワーク化の整備（観光協会） ② 観光ボランティアの育成・組織化 - 都からの委託による外国人子女や海外駐在経験者の登録と研修の実施

区分	情報の発信	観光資源の開発	受入体制の整備
民間事業者	2 シティセールスの積極的な展開 ① 民間と連携した海外旅行関係者への働きかけ - 民間事業者が実施する経済ミッション、見本市でのシティセールス - 外国航空会社とタイアップした東京建設キャンペーンの実施 3 コンベンション誘致活動の展開 ② コンベンション関係者が利用するホテル等でのウェルカムカードの配布場所の設置	1 都市づくりによる観光資源創設 ① 景観の整備 - JR東京駅舎の復元と駅前広場の整備等（JR東日本株） ② 都市整備による地域の活性化 - 大手町・丸の内・有楽町地区の都市再開発の推進（土地所有者） - 河川等を利用した水上バスの観光ルート化（水上バス運行会社） ③ 秋葉原地区の開発（IT関連産業の世界的拠点づくり）（JR東日本株等土地所有者） ④ 自然の再生 - 建築物の屋上等の緑化の推進（建物所有者） 2 新たな都市型観光の創出 ① 24時間型都市の整備 - 劇場、ホール等の利用時間の延長の検討（都からの要請）（施設管理者） - 公共交通機関の営業時間の延長の検討（都からの要請）（交通事業者） - 交通機関の深夜割引の検討（交通事業者） ② 東京グルメの観光資源化 - 食文化の観光資源化に対する情報提供（飲食業者） 3 自然と調和した観光（多摩地域） ④ 多様な広域的な観光ルートへの開発支援 - 行政と共同による道徳めぐり、山梨料理等を楽しむ観光コースの設定（観光業者） - 行政と共同による温泉を利用した観光ルートへの活用（観光業者） 3 自然と調和した観光（島しょ地域）	1 交通アクセスの整備 ③ 空港アクセスの整備 - 京浜東北線本線及び空港線の連絡立体交差事業の実施（都との共同）（京浜急行） - 羽田アクセス新線（仮称）及び東海環状線支線の旅客化の検討（都との共同）（JR東日本） - 空港から都心までのタクシー料金の定額制、割引運賃制の導入（タクシー業界） 2 遠く遠くを結ぶ仕組みづくり ① 都が実施する鉄道メッセージを入れたウェルカムボードの設置の協力（空港、港、主要駅） ② ウェルカムカードの作成、配布 - 都が作成するウェルカムカードの配布場所の提供（空港、ホテル、旅館等） ③ 共通パスの活用 - 各交通事業者間共通乗車券等の検討（鉄道事業者） 3 旅行者にわかりやすい情報の整備及びアプリ化 ② 外国語等による応対や導航 - 都が作成した鉄道、タクシー、レストラン等に対する外国語による応対や導航に関するマニュアルの導入（関連民間事業者） - 都交通局との地下鉄出入口のサインの統一（帝都高速度交通） - 交通機関や宿泊施設のバリアフリー化の推進 - 都内全駅にエレベーター、エスカレーター等の整備（都の支援）（鉄道事業者） - バス乗降場、タクシー乗降場（都の支援） - バス乗降場、タクシー乗降場（都の支援） - バス乗降場、タクシー乗降場（都の支援） 4 外国人旅行者のニーズに対応したサービスの提供

区分	情報の発信	観光資源の開発	受入体制の整備
民間事業者		② グリーンツーリズムの推進 ・ 行政と共同による産業や漁業の体験を活かした観光ルートの開発(宿泊業者等)	① 外国人旅行者向けの料金体系やサービスの提供 ・ 外国語による低廉な施設や各種割引制度等の情報提供(宿泊業者)
		③ マリンレジャーの推進 ・ トーリング等スポーツフィッシングの推進(漁業者) ・ ヨット、サーフィン、ウインドサーフィン、ダイビングの普及(マリンスポーツ業者)	② 外国人旅行者のニーズに対応した宿泊施設の情報提供 ・ 日本旅館など客室の構造及び設備等の改善(宿泊業者) ・ 外国語による案内や料金表示等の機能的な情報提供(宿泊業者)
		・ ホウエールウォッチング等の見学コースの設定(漁業者)	③ 外国人旅行者を受け入れるため研修会の実施 ・ 外国人旅行者を受け入れるため、待遇等の研修の実施
		⑦ 受入体制の充実 ・ 島ならではの食事サービスの提供(宿泊業者) ・ 宿泊施設の手すりや段差等の改修(宿泊業者)	④ 外国人旅行者にわかりやすい宿泊施設の格付制度の検討 6. 安全の確保
		4. 産業を基軸とした新たな観光 ① 産業集積地域観光ルート化に伴う工場等の整備(製造業者) ② ショッピングを中心とした観光ルート化による整備(商業者) ④ 都営地下鉄等を活用する広域観光ルートの開発 ・ 地下鉄周辺商店街と交通局がタイアップしたスタンプラリーや宿泊施設とタイアップ乗車券発行(商業者、宿泊業者)	⑤ 防災管理体制の整備 ・ 小規模宿泊施設の耐震性確認
		3. 自然と調和した観光(多摩地域) ⑦ 森林ボランティア活動の促進	
		5. 歴史・文化・スポーツを活かした観光 ① 歴史的建造物の保存及び復元 ・ 神田老舗の店舗の保存及び東京赤レンガ駅舎の復元(各施設管理者)	5. 観光案内所の充実やボランティアの活用 ② 観光ボランティアの育成・組織化 ・ 障子などや海外駐在経験者の観光ボランティアへの登録 6. 安全の確保
		⑤ 伝統芸術、伝統工芸の発表等 ・ 伝統工芸の工場めぐりの実施(伝統工芸製作業者)	② 災害時への対応 ・ 外国人対応のため防犯(防犯)ボランティアへの登録
		② シティセールスの積極的な展開 ・ 海外の友人に対し東京の魅力を掲載した東京ダイレクトメールの発信 ⑤ 訪問国の観光関係団体に対する学生サークル等のシティセールス	

※「都の区分」のうち、商名の記載のない施設は、産業労働局実施を意味する。

資料編

「素案」に対する都民などによる意見等の概要

8月31日に観光産業振興プランを発表すると同時にホームページや広報東京都に掲載するとともに、各業界等に説明を行い、344件のご意見をいただきました。

短い期間にもかかわらず、多数の方からご意見をいただき誠にありがとうございました。ここでは、いただいた主な意見の概要とそのご意見に対する回答を紹介させていただきます。

I 意見募集の結果

募集期間 平成13年9月1日から同年10月15日まで
意見等の総数 合計 344件(845項目)

II 主な意見の概要と意見に対する回答

区分	内容
1. 東京の魅力の世界に発信 (1) 情報の収集及び発信	「YES!TOKYO」キャンペーンの具体的な取組内容を示した方がよい。 観光価値を十分アピール出来るセットメニューの提案として、PR戦略(ガイドブックの作成、案内システムの構築、受け入れ体制の充実)が必要である。 新しい東京だけでなく、浅草をはじめとする古き良き日本の下町、臨海部、新宿をはじめとする高層ビルやマンション群など、近代的な都市が混在しているところが東京の魅力となっている。 江戸から明治の日本をアピールする。現代日本は魅力なし。 外客誘致に偏重のため、国内の対応にも配慮していただきたい。 外国人や日本向けのWEBの整備が必要である。 観光客サービスに電波(衛星デジタル放送)を使ったらどうか。 観光資源はある。外国人にあわせて伝えてほしい。 観光政策の担当者を純粋な旅行者として外国の主要都市を旅行させる。 外国記者クラブなどに観光に関する定例記者会見を開く。 世界各国の料理を楽しめるが、低廉で外国人が気軽に利用できるお店の情報が少ない。 韓国の観光局が金大統領まで出演させてテレビキャンペーンをしたように、知事に海外向けCMTIに出演してほしい。

(1) 情報の収集及び発信	ニューヨークの「I LOVE NY」はまずブランドの構築があり、その戦略としてキャンペーンを実施したものである。現在の「Yes! Tokyo」は初期ブランディングの役割を担ったが、次の具体的なブランドを構築するには新たなブランド戦略が必要である。例えば「東京には何でもあります。誰でも楽しめます。」では結局なんにも伝わらない。構築したブランドを海外に向けてブランドメッセージの発信が必要。(東京というブランドの一流化計画) 東京の安全性に視点を向けた対外的PRの実施(治安が良い、夜でも安心して歩ける、夜女性一人でもまちを歩ける、夜も遊び歩ける、安全で美しい街)(安全な都市イメージ)。 東京の紹介(CD-ROM)の作成。 東京へ行ってみたいと思うようなPRを行う。 東京名所の紹介番組の他国のデジタル放送局へ世界配信。 対象国別のマーケティングサーチが必要ではないのか。 民間がPRするから都の施設の割引をやってほしい。 誘致国別の観光客プロフィールと国別の目標設定が必要である。 立派な施設よりも歓迎されていると感じてもらえるソフト戦略が大切。 外国人が何を期待して日本に訪問、または長期滞在するのか調査が必要。 東京の雑駁さ、野放図さ、自由な空間に彼らの国にない想いを求める。 位置情報サービス導入の検討を。 街角に多言語の観光インフォメーション機材や観光パンフレット(フリーペーパー)を置く。 先進国の取り組み実績、訪日外国人の年齢構成、アクセス数の把握、姉妹都市交流の密度を分析検討する必要がある。 J、F、K空港のように自由に使えるインターネットコーナーの設置など、情報提供システムや携帯情報機器による観光ナビゲーションシステムの検討が必要。	意見
(2) シティセールスの積極的な展開	外国人旅行者を誘致するためには、効果的なセールスプロモーションを展開することが大切です。このため、相手国別、客層別、目的別に情報収集を行い、魅力的な商品づくりにつなげます。また、情報を伝える手段として、ホームページをさらに充実します。(参照 第2章3 (2)①)	回答

区 分	内 容
(2) シティセールスの積極的な展開	姉妹都市交流のさらなる活発化、都市型観光資源・自然調和型観光資源。 中国、韓国、シンガポールを中心とした、アジア地区への直接的な観光キャンペーンが必要。 インターネットの活用(携帯端末)。 海外の日本の旅行会社により日本への送客努力を要請する。

(2) シティセールスの積極的な展開	海外の旅行業者、航空会社等とタイアップして全世界のターミナル地点に日本への旅行をPRするパンフレットを置き、日本の観光や治安の良さを周知していただきたい。 海外旅行代理店と提携して現地の人々に売り込む観光関連企業を支援する。 東京ロケーションボックスの活用により映画、TVでの海外での露出度を増やす。 外国人向けに体系立てたPRがないため料金が高いという悪い評判がある。 プロの通訳ガイドを活用するシステムをつくる。 通訳ガイドのネットワークを活用し、東京の観光情報を提供する。 シティーズプロモーション「東京のれん」(東京というのれんを押して体験しにくる)。 「外国にない日本キャンペーン」(和服を着て人が歩いています。これが日本ですが、量産品ではありません。これが日本ですか。御覧があります。おソバがあります。お寿司があります。いずれも日本ですが、これだけではありませんね。日本って何でしょう。日本にきて確かめてみませんか)。 「東京は奥深いキャンペーン」東京は東京湾から西の方へ奥多摩までのびています。海では、東京湾から伊豆諸島、小笠原諸島、最南端は亜熱帯気候です。首都だけが東京じゃない。定番コースが一部しかありません。東京は奥が深いのです。また、歴史の町をアピールするものとして東京の古地図を英訳して提供します。江戸時代の地図や明治時代、昭和時代初期と中期に分けて、ある場所が古地図のどの辺にあって、いまどうなっているのか。 世界から旅行者を集客するためには、楽しさや期待感をかき立てるような「東京」のイメージを伝えるシティセールスの展開が重要である。そのためには、イメージアッププロモーションや海外エージェントを東京に招待し、商品づくりを支援することが重要である。(参照 第2章 (3) ②)
(4) イベントを契機としたシティセールスの展開	浅草・銀座・新宿等東京名所を巡る「TOKYO市民マラソン」の開催。 世界が目にする東京の新しい恒例行事の構築。 東京ミュージックフェスティバル。 東京を中心とした国際イベントの情報を把握し、今回の観光振興プランと連携を図っていただきたい。 ワールドカップサッカーのシンボルマークを作って、ウエルカムおもてなしの心を打ち出して行く方法。 ワールドカップサッカーを公的サービスが東京中心でやりたい。 ワールドカップサッカー開催に伴い、駅、交番の案内のボランティアを育成したいと思う。

	意見	新世紀東京国際アニメフェアについて、広く一般的に開かれたイベントにすることが観光収入につながる。 新世紀東京国際アニメフェアについて、年1回開催し、世界中の作品のコンテストを開催する。 サルサのイベントによる観光客誘致。
	回答	ワールドカップサッカー大会開催時には、東京にも多くのお客様が滞在されることが予想されます。このため、都内のターミナル駅などに、臨時の観光案内センターを開設するなど、温かく迎えるための仕組みづくりを行います。また、2002年2月開催のアニメフェアでは、見本市、コンベンション、イベントを行います。(参照 第2章3(1)①②)

2. 観光資源の開発		
(1) 都市づくりによる観光資源創設	意見	韓国のように、街中にたくさん灰皿を取り付け管理する。 自転車の違法駐車(交差点に放置自転車の代わりに市民手作りの花壇を設置)。 多機能で使える広場がほしい。 電信柱が多い。電柱・電線の地中化について検討されたい。 豊洲にある石川島播磨重工業の工場閉鎖後の公園計画。 古い地名を復活する。 街並み作りコンクールを都が開催、優秀作には助成金を出す。 公共の場所での禁煙と路上へのタンの吐き捨て禁止を。 公共の場所での禁煙(歩きタバコに罰金科す)。 町の景観美観、ゴミが落ちていない、シンガポールのように。 要所に新しい名所と名称を付ける(環七のラーメン屋 → ラーメンタウン)。 東京にはランドマークがない。 電柱、電線の地中化を進める。 東京にだけある資源の活用が必要。
	回答	道路や空地を有効活用して、街を歩く人が願うことができる施設を設置することにより、都市の賑わいを作るとともに、景観を創出していきます。(参照 第2章3(2)①)

区 分	内 容
(2) 新たな都市型観光の創出	カジノ構想(24時間大人が夜更しく遊べる場所を創る)
	カジノ構想(大井に競馬場を含めた一大カジノを建設)
意見	カジノ構想(世界一のカジノを柱大なスケールでお台場に建設)
	カジノ構想(合法化とそのメリットについて)
	カジノ構想(東京湾～小笠原 カジノ船の就航)
	カジノ構想(日本だけない)
	カジノ構想(日本列島カジノ計画に賛成)
	カジノ構想(三宅島・高尾山に建設)、パチンコ改革案
	カジノ構想との連携をふまえ大井競馬場などの海岸地区の整備・充実をはかる
	カジノ構想(羽田空港の国際化と一緒に現実化を)
	カジノに反対する。
	カジノの合法化。
	カジノはどんなイメージなのか。
	公園、美術館、博物館を巡回する路線バスを運転する。
	交通機関の深夜割引制を検討する。
	施設営業時間の延長。
回答	東京の魅力高める施策をとる。アジアからの需要は高まる。
	都営バスの営業時間の延長を検討する。
	都庁展望室における3Dシミュレーションによる東京空中散歩。
	夜も楽しめる美術館・博物館の夜間営業。
	都庁等公的施設を生かしたナイトミュージアム的な屋外パフォーマンス空間の活用。
	都立施設の夜間開放、動物園の月曜一斉閉園の解消、その他文化施設(都以外)との連携。
	ワインストックビジネスによるホテル等事業の再構造化について。
観光保護地区の指定を行う。	
カジノ構想には、多くのご意見をいただきました。カジノの実現のためには、法の整備など多くの課題があります。今後とも皆様方を始め、各方面からの御意見を伺いながら、検討を続けて参ります。(参照 第2章2(2)②)	

区 分	内 容
(3) 自然と調和した観光	奥多摩地区の整備（案内所、指導票、広域ルートの開発、自然と共存を図るための施策、利用者の安全利便性を図る施策） 玉川上水の自然を活かした振興プラン。 多摩地域の振興（交通アクセス別、平日、宿泊宴会、テーマ別など）。 多摩地区の自然を活用した観光漁業（溪流釣り等）。 日帰り型レクリエーションの場の整備（高尾山国定公園を中心）。 新たな観光資源を掘り起こし、外国人に興味を合わせた形で提供する。近県と共同で観光ルートを企画し、広域観光の魅力を高めていきたい。 町、村、観光協会のネットワーク化を図り、鳥の観光スポットやイベント等の情報を充実し、適切に提供する。 水産業を観光産業振興に活用してほしい。 玉川上水や羽村堰などの観光資源化について。
意見	自然が豊かな多摩・鳥しよ地域は、自然との調和に配慮し、地域の特色を活かした観光を推進することが必要です。このため、多摩地域においては、グリーンツーリズムやアウトドアスポーツの推進、首都圏を含む広域観光ルートの開発を行います。さらに鳥しよ地域においては、グリーンツーリズム・マリンレジャーの推進や東京版新しいエコツーリズムの構築をいたします。（参照第2章（3）③）
回答	

区 分	内 容
(4) 産業を基軸とした新たな観光	大田市場に場外市場はできないのか。 カメラ、光学機器に見合う「ポログラフ」の常設展。 地下鉄大江戸線の東京観光ラインとしての活性化（大江戸線を活用する広域観光ルートの開発）。 都市基盤施設の観光資源化（交通機関、地下鉄の車両基地）。 都庁広場でハンバーガーを食べながらインターネットを使いたい。 羽田跡地に宇宙科学館を。都も支援されたい。 今後の都の観光施策では、工場や都市基盤施設等産業施設を新たに観光資源として活用していきます。現在、それらを組み込んだ観光ルートを開発するための調査を行っているところです。（参照 第2章（2）④）
意見	
回答	

区 分	内 容
(5) 歴史・文化・スポーツを活かした観光	F1 ドライバーを数多く輩出しているカートは、モータースポーツの原点として小学生から楽しめる健全なスポーツです。東京で国際カートレースを開催することにより、名門イタリアはもちろん広くヨーロッパ、アジア、アメリカから多くの選手等が呼べる。 東京しかないものをつくる。 池上本門寺など重要文化財がある。コース設定を。 江戸城天守閣を純文化遺産として復元すべき。 江戸城を鉄筋コンクリートで復元する。 江戸らしさ、水辺復活させたい。 外国人向け古典芸能及び伝統文化講演施設の運営。 開幕400年祭を都でやってほしい。 歌舞伎座のような日本的様式の建物を増やし街並みを統一する。 江戸城を忠実に復元する。 国立博物館、何かマスタースペース（傑作転じて代表的収蔵物）が置けるようにしてくれ。 奥鴨とげ抜き地蔵周辺が観光地として注目され、高齢化が進むにつれますますにぎわっている。しかしバリアフリーの観点からも駐車場の整備が是非必要と考えている。 中途半端な近未来都市よりも独自の日本らしさ、レトロ調東京のほうが魅力的。 東京独特の持ち味（皇居）。 都市を象徴するランドマークが無い。江戸城内の建物を復元、再建してはどうか。 日本としての観光資源を生かす（神社仏閣、祭り、東京タワー等）。 従来から歴史的な建造物や名所、旧跡は観光資源として活用してきました。今後これらを観光ルート化するとともに、マラソンやサッカー等のスポーツイベントも観光資源としてPRしていきます。（参照 第2章（3）⑤）
意見	
回答	

区 分	内 容
(6) 東京臨海地域など新たな観光スポット等の創設	浅草、秋葉原など重点観光スポットの選定及び支援。
意見	お台場にゴジラの足跡を創る。
	竹芝のイメージが暗い。フンデークルーズ等で東京の海を生かす工夫が必要。
回答	東京臨海地域は、アミューズメントパーク等の観光資源を多く有するとともに、最先端の都市機能を備え、東京の魅力の向上に大きく貢献しています。この地域を新たな東京の顔として世界にPRし、多くの観光客を誘致していきます。(参照 第2章(3)⑥)

3. 受入体制の整備	
(1) 交通アクセスの整備	大きな駅(東京駅、新宿駅)の構造改革(京都駅のようにわかりやすく)。 海上交通の整備。 観光バス発着場の整備(総持橋駐車場)。 空港アクセスの整備。 東京都駐車場公社鍛冶橋駐車場の当面存続と、東京、上野、品川の間に恒久的な観光バス発着所の整備を促進。 空港を拡大して世界最高水準にする。 深夜の交通手段がない。 東京駅並びにその他新幹線駅周辺の観光バス発着所の整備。 都営地下鉄・都営バスの無料乗車。 成田空港と都心及び羽田空港とのアクセスの強化のため東京駅接岸等について検討する。 羽田空港拡充反対。 羽田空港の24時間化および国際化。 マルチスーパースターハブ空港構想(羽田の方面限定相互運送事業による国際化)。 横田飛行場の民間航空利用ならびに横田空域の返還。 東京駅に大型観光バスの駐車場を確保する。 大きな駅はわかりやすい構造にしてほしい。
回答	海外から多くの旅行者を誘致するために、首都圏の空港を拡充することを国に要請していきます。また、都として空港と交通アクセスを整備していくことや、民間事業者と連携し、鉄道の案内標識をわかりやすく改良していきます。(参照 第2章3(2)①)

区 分	内 容
(2) 温かく迎える仕組みづくり	一日切符今のままでよいとは考えない。 上野公園の施設、一つのバスで全部入れるようにしてほしい。 ウエルカムカードに金をかけるな。 ウエルカムカードを配布できるようになるのか。 ウエルカムボードの設置。 学校の共通バス券の作成。 チケットインしてから1日乗車券は使い切れない。安いカードを。 地下鉄共通1日乗車券に、沿線の主な観光場所の入場券割引クーポンを添付し、利便をはかる。 東京カードを作ってくれ。バスネットはだめ。 東京都観光都市宣言「1200万人みんなで迎える外国人観光客」。 都営地下鉄の定額制。どこまで行っても1回200円。 都心の主要箇所を走る無料のシャトルバスを走らせる。 都内公共交通機関共通の割引バス、指定美術館、庭園、食事等に使えるクーポンの発行を。 成田に、「ようこそ、東京へ」の看板がない。 日本人の外国人に対するアテンドを苦手としている部分を克服する。 都民の心を変える。
回答	東京を訪れる旅行者に対し、歓迎するメッセージを伝え、温かく迎えることは必要です。このため、ウエルカムボードの設置やウエルカムカードの作成、配布等を行います。(第2章3(2)②)

区 分	内 容
(3) 旅行者にわかりやすい 標識の整備及びバリアフ リー化の推進	交通事業者等の協力により外国語の標識整備。 交通機関、物産店、レストラン等の外国語研修。 案内標識等外国語版対応施設の充実。 日本語表記とアルファベットとの併記。 空港から都心へ入るルートのバリアフリー（エスカレーターの整備）。 羽田空港内のバリアフリー（エスカレーターの整備）。 標識の外国語表示整備、内容的充実。 従業員の外国人受け入れセミナーの実施と資格認定制度。 旅行者に不適切な交通。 外国人向け案内標識、案内機能の整備。 京成電鉄の乗り換えは、日暮里の方がエレベーターがあって楽。 赤帽さんがいなくなった。 駅の表示、JRより地下鉄の方が見やすい。 住居表示、通りの名称、わかりやすい。 シンボルマーク統一してくれ。 はじめて歩く旅行者でも、目的地にスムーズにたどり着くことができ、安心してその土地の観光を楽しむことができるようにするた め、標識の整備などを推進することは重要です。このため、歩行者観光案内標識等の整備や交通機関や宿泊施設のバリア フリー化の推進等を行います。（参照 第2章3（2）③）
意見	
回答	

区 分	内 容
(4) 外国人旅行者のニー ズに対応したサービスの提 供	外国人受け入れ施設整備特別融資制度。 外国人観光客向けの案内所の増設及び営業時間の延長。 外国人向け医療体制の整備。 外国人向けのインフォメーションセンターをもっと増やす。 外国人旅行者のための食事（ツーリストメニュー）。 各種テーマパークや観劇のチケットを入手しやすくする。 観光地の外国人向けトイレの整備が必要（京都では外国人対応ができています）。
意見	

(4) 外国人旅行者のニー ズに対応したサービスの提 供	観光コースをニーズにあわせて整備する。 東京都が英語ボランティア派遣をして、いくつかのツアーを作ってもいいのではないのか（マニュアル作成など付帯する ツールはもちろん用意する。） 東京の歴史（泉岳寺など歴史の説明）を外国人向けに紹介する。 シカゴ市内の観光を無料の巡回バスが通っている。東京で取り入れてはどうか。 東京には各県の観光案内所の東京事務所があるが、他県に東京を紹介する観光案内所がない。他県に観光窓口の設置を提 案する。 高替とクレジットカードの使用を容易にする。 無料英字観光用地図や無料英字雑誌の配布サービスをする。（成田エクスプレスやリムジンバス、スカイライナー車内 東京へ来ないで京都に立ち寄る外国人観光客がいる。江戸文化の宣伝がうまくできていない。 割引料金や補助金を出すなど経済面で観光インフラを工夫していただきたい。 日本のホテルの価格の高さについては、良質のユースホステルの新設や外国人にもインターネットで予約できるような割 安のホテルの紹介が必要である。 プロの通訳ガイドを活用するシステムをつくる。 無免許ガイドの取り締まり。 E.F.S（英語、フランス語、スペイン語が使え）パッチの作成。 GPS（人工衛星）を利用した東京マップの作成及び貸し出しシステム。 3日間の乗り降り自由なチケットがあると日本国内の観光が発展するのではないのでしょうか。 外国人旅行者が何度も東京を訪れるようにするには、ニーズに対応したサービスを提供していくことが必要であります。 このため、外国人旅行者向けの料金体系や宿泊施設の提供、さらに受け入れるための従業員の資質の向上等を図ります。 （参照 第2章3（2）④）
意見	
回答	

区 分	内 容
(5) 観光案内所の充実やボランティアの活用	海外旅行者観光ガイド登録制度。 外国人のお客様が来ると必ず江戸東京博物館へ行く。すばらしい展示物なのに、イヤホンサービスの説明が簡単すぎてもったいない。 外国人を受け入れる家庭が増えること。 外国人を差別しない体質にすること。 成田空港や東京フオーラムの案内所には、なかなか立ち寄る時間がないので、京都駅構内のインフォメーションセンターのように英語の話せる人を置く案内所を東京駅構内にも置く必要がある。 観光案内所の代表的施設は、東京駅前など東京を代表するわかりやすいところに充実した施設を設置していただきたい。 在日の留学生を組織化した語学ボランティアセンター構想。 伝統工芸を紹介するボランティアの人を設ける。 ボランティアガイドの身分証明書を都で発行してくれ。 通訳ガイドのネットワークを活用し東京の観光情報を提供する。 23区の観光協会との連携はどうか。 上野公園内の施設の共通割引券等の作成等は、国を動かすのは難しいというのが民間はもってできない。
意見	
回答	国内外からの旅行者のニーズに対応し利便性を図るため、観光案内所を現在の東京国際フオーラム、新宿駅東口から東京駅、羽田空港、都庁に再編整備します。また、24時間対応の観光案内機能についても検討いたします。さらに、観光ボランティアの育成、組織化を図ります。(参照 第2章3(2)(5))

区 分	内 容
(6) 安全の確保	ワールドカップでのテロ対策は。 不法入国者についても配慮する必要がある。 ワールドカップサッカーの安全策について、安心してビジターを受け入れられる情報がほしい。 治安の維持。 ワールドカップサッカーの開催時の安全対策についての意見が多く寄せられ、重要性がわかりました。都としても開催に合わせて、観客客に対して安全の確保を図るとともに、緊急時や災害時の対応についても体制の整備を図ります。(参照 第2章3(2)(6))
意見	
回答	

平成13年11月発行

東京都観光産業振興プラン

登録番号(13)205

編集・発行 東京都産業労働局商工部観光産業課
〒163-8001 東京都新宿区西新宿二丁目8番1号
電話 03(5320)4765

印刷 三栄印刷株式会社
千代田区神田錦町三丁目7番2号
電話 03(3292)0691

R100

古紙配合率100%
白色度85%再生紙を使用しています。