

# PRIME 観光都市・東京

～ 東京都観光産業振興実行プラン 2018～



*Tokyo* Tokyo Old meets New

東京都

# PRIME 観光都市・東京

## ～ 東京都観光産業振興実行プラン2018～

東京都は、外国人旅行者の急増などの観光を巡る環境の変化に速やかに対応し、東京2020大会とその先を見据えて、観光振興を戦略性を持って総合的に展開することを目指し、「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン2018～」を策定しました。

**東京は世界最高の「PRIME 観光都市」を目指します！**

「PRIME」は最高の水準を表す言葉で、  
「PRIME 観光都市」とは、  
「最高の観光都市」のことを意味します。

この「PRIME」という言葉を通じて、  
東京が観光の分野で世界のトップの都市と  
して発展することを目指していきます。

このプランに盛り込まれた様々な施策を着実に進めることで、  
東京を訪れる国内外からの旅行者の数やその消費の額を増やして  
いくことに加え、全ての観光客にとって最高レベルの質を持つ、  
おもてなしの態勢や観光スポットの提供などを実現していきます。



東京都知事 小池百合子

# 「PRIME 観光都市・東京 2018」の主な特徴

## 1 将来に向けた数値目標を設定

東京都が様々な施策を意欲的に展開することで、初めて達成できる高い水準の数値目標を定めました。また、新たに市場別の訪都外国人旅行者数の目標を設定しました。

## 2 6つの戦略に基づき、具体的な観光施策を掲載

観光振興を総合的かつ戦略的に進めるため、6つの戦略を定め、これから取り組むべき観光施策を掲載しました。

## 3 状況の変化に対応するため、毎年度内容を更新

観光を巡る環境の変化に臨機応変に対応するため、このプランは毎年度内容を更新します。

### 目次

- ・観光を巡る現状・・・・・・・・・・・・・・・・ P 3
- ・「PRIME 観光都市」の実現に向けた数値目標・・・・ P 5
- ・観光産業振興に向けた施策展開・・・・・・・・ P 6
- ・【参考】観光に関する各種のデータ・・・・・・・・ P 19

# 観光を巡る現状

## 1 訪日外国人旅行者数の推移

- ▶ 訪日外国人旅行者数は、この10年間で約3.4倍に増加しています。
- ▶ 2017年の旅行者数は過去最高の約2,869万人を記録しています。



出典：日本政府観光局（JNTO）

## 2 訪都旅行者数の推移

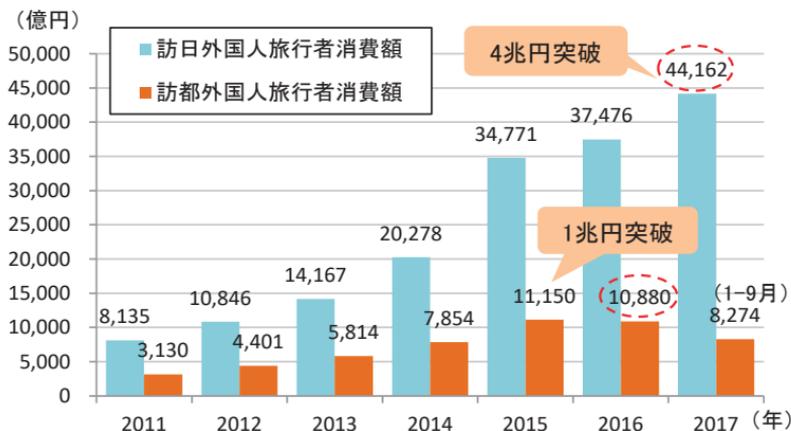
- ▶ 訪都外国人旅行者数は、この10年間で約2.7倍に増加しています。
- ▶ 国内旅行者数も増加傾向にあり、近年は5億人超で推移しています。



出典：「東京都観光客数等実態調査」（東京都）

### 3 外国人旅行者の消費額の推移

- 2017年の訪日外国人消費額は、過去最高の約4.4兆円を記録しました。
- 訪都外国人消費額は微減となり、2016年は約1.1兆円となっています。



### 4 日本人旅行者の消費額の推移

- 2017年の日本人による国内旅行消費額は約21兆円を記録しました。
- 訪都日本人の消費額は微減となり、2016年は約4.6兆円となっています。



## 「PRIME 観光都市」の実現に向けた数値目標

国内外からの旅行者数に加えて、**市場別**の外国人旅行者数や**外国人リピーター数**、**消費額**についても目標を設定しています。

### 訪都外国人旅行者数

2020年には、**2015年の約2倍**に当たる**2,500万人**を目指します。

2015年：1,189万人 ➡ 2016年：1,310万人 ➡ 2020年：**2,500万人**

### 市場別目標

欧米豪	219万人	➡	259万人	➡	欧米豪	<b>500万人</b>
東アジア	755万人	➡	822万人	➡	東アジア	<b>1,550万人</b>
東南アジア +インド	161万人		173万人		東南アジア +インド	<b>370万人</b>

(注) 訪都外国人旅行者数の市場別内訳は東京都産業労働局観光部による推計。

### 外国人リピーター数

訪都外国人旅行者数（目標値）の**60%**を目指します。

2020年：**1,500万人**

### 訪都外国人消費額

2020年には、**2015年の約2.4倍**（過去5年の伸び率）に当たる**2.7兆円**を目指します。

2015年：1兆1,150億円 ➡ 2016年：1兆880億円 ➡ 2020年：**2.7兆円**

### 訪都国内旅行者数

2020年には、新たなレベルとなる**6億人**を目指します。

2015年：5億1,670万人 ➡ 2016年：5億1,430万人 ➡ 2020年：**6億人**

### 訪都国内旅行者消費額

2020年には、2015年比で約1兆円増の**6兆円**を目指します。

2015年：4兆8,465億円 ➡ 2016年：4兆6,017億円 ➡ 2020年：**6兆円**

## 観光産業振興に向けた施策展開

東京都は、「PRIME 観光都市・東京（観光プラン）」の目標達成に向けて、**6つの戦略**に基づき、観光施策を展開していきます。

### 戦略1 消費拡大に向けた観光経営

- インバウンド対応を行う観光事業者への支援
- 外国人材活用に向けた支援 など

### 戦略2 集客力が高く良質な観光資源の開発

- 水辺の活用、ライトアップ等による演出、ナイトライフ観光
- 多摩・島しょ地域の観光振興 など

### 戦略3 観光プロモーションの新たな展開

- アイコン・キャッチフレーズを活用した東京の魅力発信
- 富裕な旅行者層の誘致に向けたプロモーション など

### 戦略4 MICE誘致の新たな展開

- MICE施設の機能強化に向けた設備導入の支援
- ユニークベニュー利用に関するワンストップ窓口の設置 など

### 戦略5 外国人旅行者の受入環境の向上

- 観光ボランティアによるきめの細かい観光案内
- アクセシブル・ツーリズムの充実 など

### 戦略6 日本各地と連携した観光振興

- 旅行者誘致のため連携する地域の拡大
- ラグビーワールドカップ2019™開催都市との連携 など

ポイント

- 観光を東京の有力な産業に発展させるため、観光事業者の経営力やインバウンドへの対応力を高めるための支援を行います。
  - インバウンド消費を安定的に取り込むため、外国人材活用に向けた支援を行います。
  - 旅館などの宿泊施設に対するサポートを行い、その魅力を効果的に発信していきます。
- 観光事業者を対象に、生産性の向上に役立つ **ICT機器等の導入**や、外国人旅行者の受入れに必要な **多言語対応**の強化、**Wi-Fi整備**、**トイレの洋式化**などを支援します。

<ICT機器のイメージ>  
厨房のICT化



<案内表示、利用案内等の多言語化>



<Wi-Fi環境の整備>



<トイレの洋式化>



- 外国人旅行者が免税店などで快適に支払いができるよう、観光事業者に対し、**免税システム**や**クレジットカード決済端末**などの導入を支援します。

<免税システム>



<クレジットカード決済端末>



- 留学生などの外国人の視点**を活かした経営に取り組もうとする観光事業者に対して、**外国人材活用**に向けた支援を行います。



- 和の文化を体験できる**旅館**の魅力を世界に向けて「**RYOKAN**」**ブランド**として発信します。



## 戦略2 集客力が高く良質な観光資源の開発

### ポイント

- 旅行地としての東京の魅力を高めるため、新たな発想や考え方を取り入れ、都内の魅力的な観光資源の開発を進めていきます。
  - 外国人旅行者に人気のある観光資源の活用に向けて、地域の様々な取組を支援します。
  - 多摩・島しょ地域の観光振興を図るため、旅行者誘致を効果的に進めるための取組を強化します。
- 旅行者誘致に向けて、地域が取り組む**水辺の賑わい創出**や、建物・地域の自然等の**ライトアップ**や**プロジェクションマッピング**などによる**演出**を支援するほか、**ナイトライフ観光の充実**を図ります。

<天王洲の水辺イベント>



<桜のライトアップ(国立市)>



<都民広場のイベントでのプロジェクションマッピング>



<ナイトクルーズ>



- 外国人の関心が高い**アニメ**や**マンガ**等コンテンツを活用した地域の観光振興を支援するほか、**国際アニメーション映画祭**への支援や**映像作品のロケ誘致**等を通じて東京の魅力を国内外に発信し、観光客の来訪を増やします。

<TOKYOアニメツーリズム2018>



- 多摩・島しょ地域で民間事業者などが行う、**グランピング**などの**新たな楽しみ**を提案する**体験型・交流型の観光事業開発**に対して支援します。

<グランピングのイメージ>



- 島しょ地域の観光振興に向けて、**婚活等にも結びつくツアーづくり**を支援するとともに、しまぼ通貨など**来訪者の島での消費を増やす取組**を強化します。

<縁結びをテーマとしたガイドブック>



<しまぼ通貨(※)>



(※) しまぼ通貨とは？

東京の11島などの加盟店で利用できるプレミアム付宿泊旅行商品券

### 戦略3

## 観光プロモーションの新たな展開

### ポイント

- 東京の持つ都市としての魅力を海外に向けて効果的に発信していきます。
  - 新たな国や地域でプロモーションを展開するとともに、海外都市と互いに協力してPRを行っていきます。
  - 旅行の期間中、多くの消費が期待できる富裕層の誘致に向けて、プロモーション活動を進めます。
- 東京を象徴する**アイコンとキャッチフレーズを活用**し、海外に向けて東京の魅力をより効果的に発信していきます。

<アイコン>

**Tokyo Tokyo** Old meets New

<キャッチフレーズ>

Tokyo Tokyo Old meets New

<東京PR映像>

EXCITING 編



UNIQUE 編



- 今後の訪都旅行者数の増加が期待できる**アラブ首長国連邦**において、新たに旅行者誘致の取組を展開します。

＜旅行博でのPR活動（シンガポール「Travel Revolution 2017」）＞



- 欧米地域等から**富裕な旅行者を誘致**するため、富裕層向けの**旅行商談会「ILTMカンヌ」**（※）に出展するなど、効果的なプロモーションを展開していきます。

**（※）ILTMとは？**

ILTM (International Luxury Travel Market)は世界的に有名な富裕層向けの旅行商談会です。中でもILTMカンヌは、世界各国から3,000以上の事業者などが参加する大規模な商談会となっています。

- パリやニューヨークなどに代表される**国際的な観光都市と連携**して、**旅行者の増加**に向けて相互にPRを行います。

＜ニューヨーク市との相互観光PR＞

バス停留所



エンパイア・ステート・ビルディングのライトアップ\*

(「Tokyo Tokyo Old meets New」のイメージカラー)

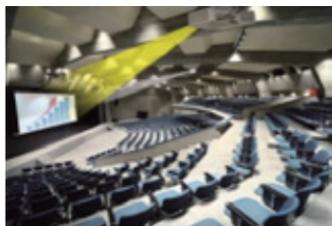


(C) NYC & Company/Julienne Schaeer

## ポイント

- MICEの受入環境の充実に向けて、会場となる施設の機能強化を図っていきます。
  - 区部に加えて、多摩地域でのMICE開催を増やしていくための支援を進めていきます。
  - 都内の美術館や庭園等を会議後のレセプションやイベントの会場、いわゆるユニークベニューとして活用する取組を推進します。
- MICE（※）の会場となる会議場やホテル、大学などの施設について、無線LANや高解像度プロジェクター、同時通訳システムなど会議などで必要となる**設備の導入**等を支援します。

&lt;(天吊り型)高解像度プロジェクター&gt;



&lt;同時通訳システム&gt;



## (※) MICEとは？

M : Meeting (企業系会議)、I : Incentive (企業の報奨旅行)、C : Convention (国際会議)、E : Exhibition/Event (展示会・イベント等) を総称した造語です。

- 多摩地域でのMICEの開催を増やすため、会議場やホテル等の関連施設が集まる地域を指定し、受入環境を整えるための取組を支援します。



- ユニークベニュー（※）の利用に関して、MICEの主催者等と施設とのマッチングを進めるため、総合的なサポートを提供する**ワンストップ窓口**を設置します。

<ワンストップ窓口によるサポートのイメージ>



### (※) ユニークベニューとは？

歴史と伝統ある建物や芸術文化に触れることのできる施設などで、会議やイベント、レセプション等を特別感を演出しながら開催できる会場のことです。

- 国内外のMICE主催者等に向けて、**ウェブサイト**や**PRパンフレット**によりユニークベニューの魅力を効果的に発信します。

<PRパンフレット>



## ポイント

- 海外からの旅行者が都内を快適に観光できるよう、観光案内サービスの一層の充実を図ります。
  - 外国人旅行者が東京でより快適に滞在できるよう、多言語対応を進めていきます。
  - 外国人旅行者の多様な文化や習慣に配慮した受入れの対応が可能となるよう、観光事業者に対する普及啓発を進めていきます。
  - 障害者や高齢者などが気軽に東京での観光を楽しむことのできる機運や仕組みを生み出していきます。
- 東京を訪れる外国人旅行者に対し、**街なかでの観光案内**（※）や観光ガイドサービスなど、**観光ボランティア**がきめの細かい観光案内を行い、東京の魅力を紹介していきます。

<観光ボランティアの活動イメージ>

**（※）「街なか観光案内」の実施場所**

新宿、上野、銀座、浅草、渋谷、臨海副都心地域で実施。今後、活動エリアを拡大予定。

- 多言語対応を進めるため、観光案内を含め様々な問合せに対応できる外国人旅行者向けの**多言語コールセンターサービス**を試行設置するとともに、タクシー事業者に対し**タブレット端末**の導入を支援します。

<旅行者向けコールセンターサービス>



<タブレット>



- ハラールなどの多様な文化や習慣に対応できるように観光事業者に対して**セミナーの開催**や**専門家の派遣**による支援を行います。

<ムスリム受入対応セミナー>



<ムスリム旅行者向けパンフレット>



- アクセシブル・ツーリズム** (※) の充実に向けて、公共交通機関等や宿泊施設などのバリアフリー化、都民や事業者に対する普及啓発を進めていきます。

<宿泊施設のバリアフリー化  
(段差解消と手すりの設置)>



**(※) アクセシブル・ツーリズムとは？**

障害者や高齢者などのニーズに応えながら、提供する旅行のこと。

- 外国人旅行者や障害者等に対する道案内や配慮の仕方などを掲載した**ハンドブック**を作成・配布し、都民全体のおもてなしの心の醸成を図ります。

## ポイント

- 東京が日本の各地域と連携して海外からの旅行者を誘致する取組を進めていきます。
  - MICEの開催効果を日本各地に波及させるため、国内他都市と協力して、各地でもMICEが開かれるような取組を進めます。
  - 海外からの旅行者が東京から全国各地に訪れるよう、各地域の魅力的な観光資源や特産品などの情報を発信していきます。
- 
- **外国人旅行者の誘致**に向けて連携して取組を進める全国の地域を、これまでの東北、中国・四国、九州に加えて、**北陸**にも広げていきます。
  - **ラグビーワールドカップ2019™**の日本開催を契機とし、国内開催都市と連携して、外国人旅行者の東京と日本各地への周遊を促すようプロモーション活動などを行います。

<専用サイト内で紹介  
(青森県の田んぼアート)>



<渋谷駅での広告掲出  
(中国・四国地方との連携)>



- **都内の区市町村が日本各地の他の都市と連携**して実施する観光振興を支援します。

＜武蔵野市の取組(友好都市の物産品販売等を行うアンテナショップの運営)＞



(写真提供：武蔵野市)

- 海外企業が行う**報奨旅行の誘致**に向けて、札幌市、石川県、名古屋市、京都市、福岡市、沖縄県と連携を図り、プロモーション活動を展開していきます。

＜報奨旅行の様子＞



神社での祈禱体験(石川県)



スノーアクティビティ(札幌市)

- 都庁舎の全国観光PRコーナーや、日本全国物産展、民間事業者と連携した大規模イベントなどを通じて**日本各地の魅力的な観光情報を発信**します。

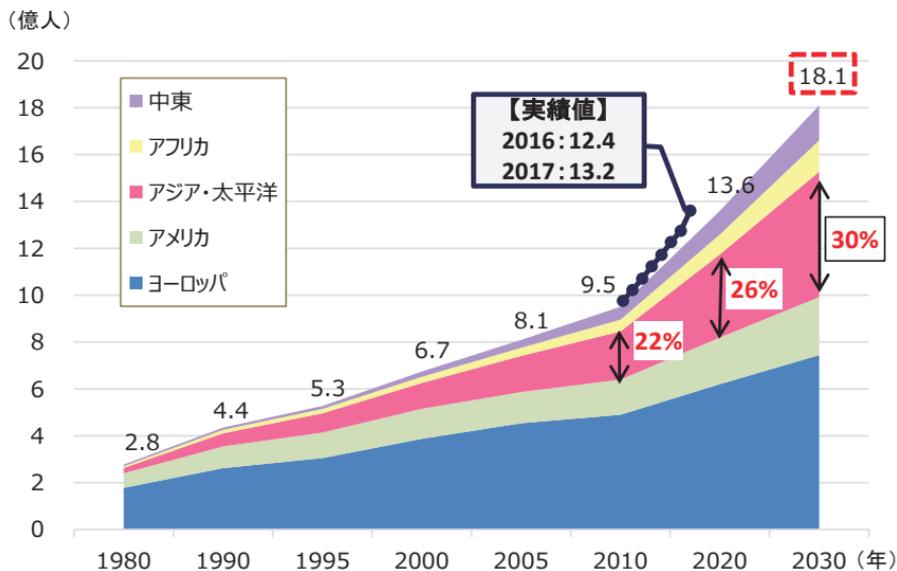
＜日本全国物産展(都庁展望室)＞



## 【参考】観光に関する各種のデータ

### 世界の旅行者数の推移（今後の予測）

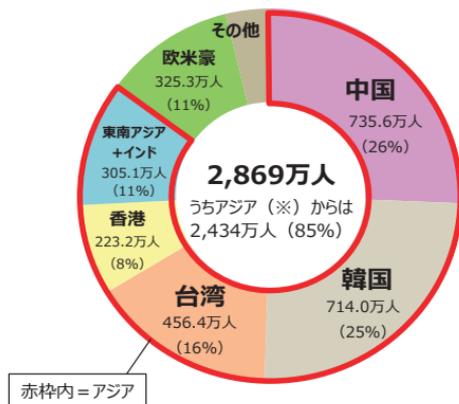
- 2017年の全世界の旅行者数は約**13.2億人**に達しており、2030年には約**18.1億人**に増加することが予測されています。
- **アジア・太平洋**地域を訪れる旅行者の割合は、2010年の22%から2030年には**30%**まで拡大すると見込まれています。



出典：国連世界観光機関（UNWTO）

## 国籍・地域別訪日外国人旅行者数の内訳（2017年）

- 2017年の訪日外国人旅行者の内訳は、中国、韓国、台湾などのアジアからの旅行者が全体の約85%を占めています。



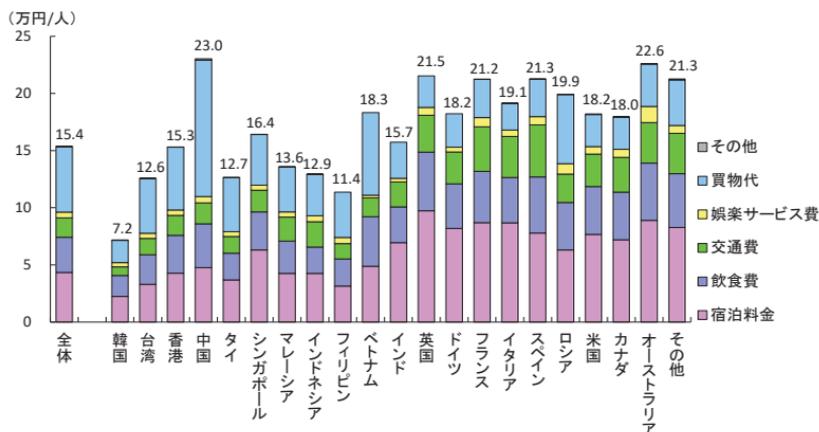
注：(※) アジアからの旅行者数は、東アジア、東南アジア、インドのみの計

- 東アジア：韓国、台湾、香港、中国
- 東南アジア：タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム
- 欧米豪：英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア
- その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

出典：日本政府観光局（JNTO）

## 国籍・地域別訪日外国人旅行者 1人当たり消費額（2017年）

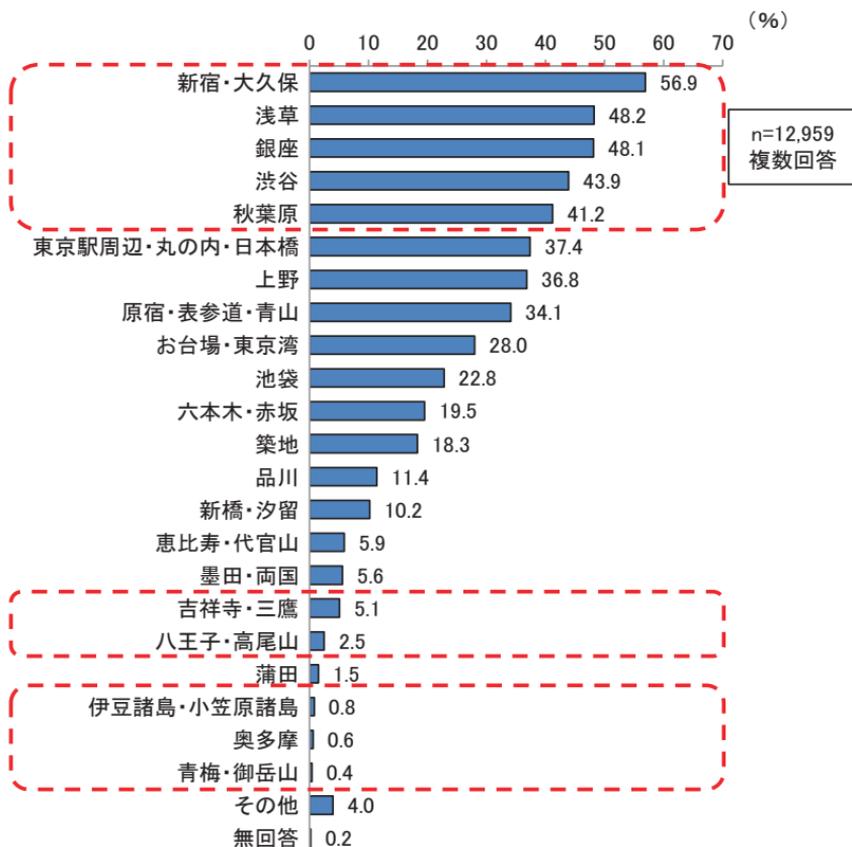
- 国籍・地域別に訪日外国人旅行者 1人当たりの消費額をみると、アジアの国々と比較して欧米豪の国々で概ね高くなっています。



出典：「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）

## 訪都外国人旅行者が訪問した場所（2016年度）

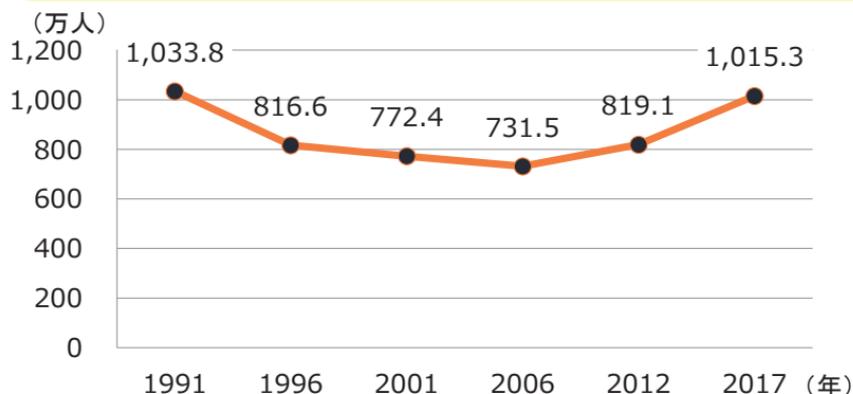
- ▶ 訪都外国人旅行者が多く訪れた地域は、①新宿・大久保、②浅草、③銀座、④渋谷、⑤秋葉原の順で、都心部が中心となっています。
- ▶ 都心部と比べ、多摩・島しょ地域への送客は進んでいません。



出典：「国別外国人旅行者行動特性調査」（東京都）

## 西多摩地域の入込観光客数の推移

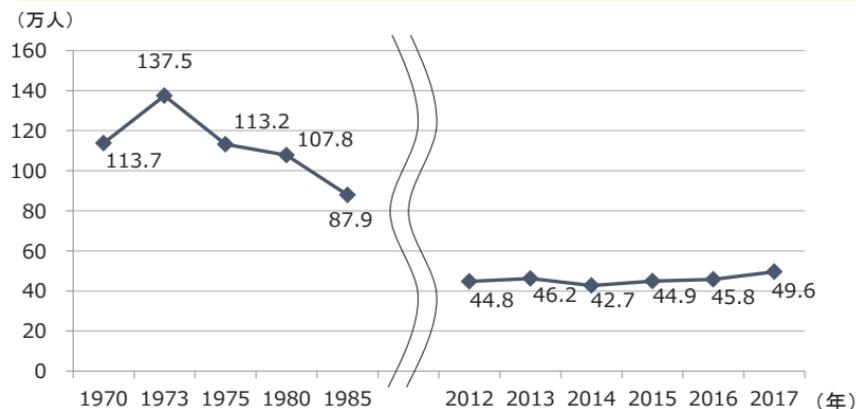
- 訪都旅行者全体の数が増加しているなか、西多摩地域への観光客数は近年**増加傾向**となっています。



出典：「西多摩地域観光入込客調査報告書」（西多摩地域広域行政圏協議会）

## 伊豆諸島・小笠原諸島年次別観光客数推移

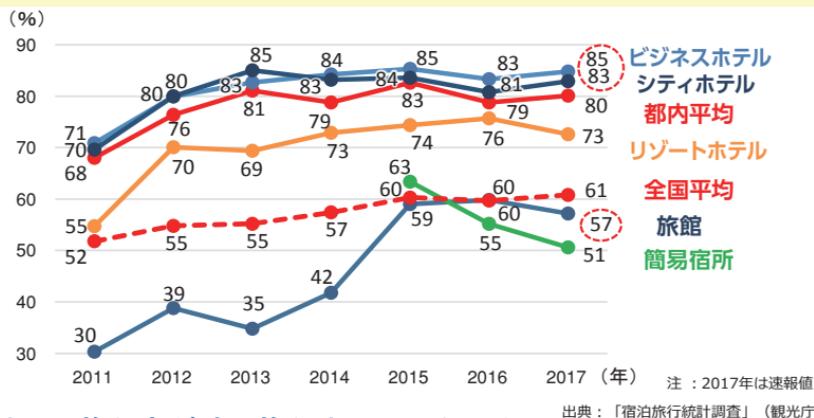
- 島しょ地域への観光客数は、近年40万人台で**横ばい**となっています。



出典：「伊豆諸島・小笠原諸島観光客入込実態調査報告書」（東京都）

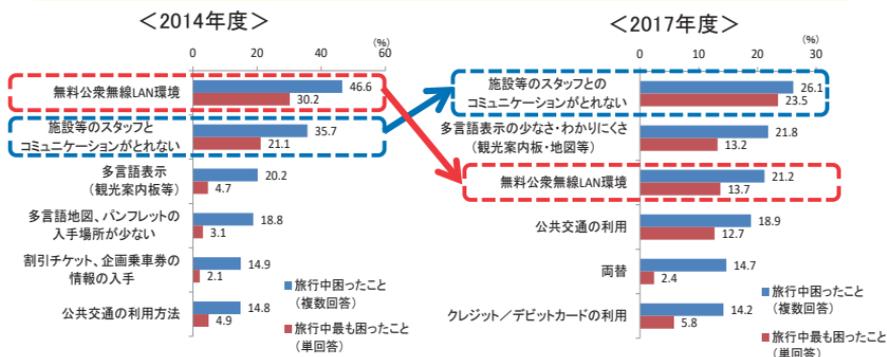
## 都内宿泊施設の稼働率の推移

- ▶ ホテルの稼働率は約8割に達していますが、旅館の稼働率は約6割に留まっています。



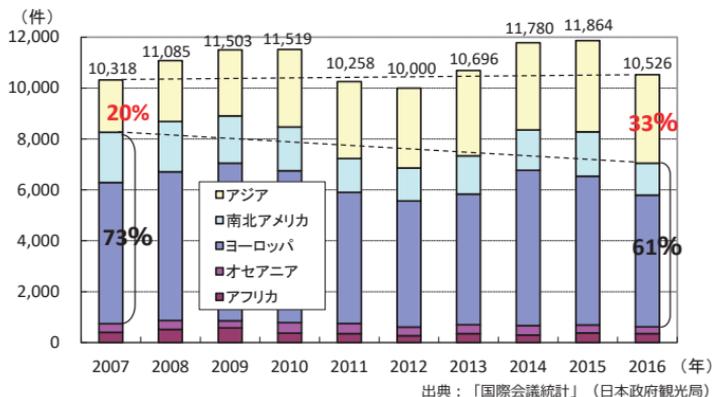
## 外国人旅行者が訪日旅行中に困ったこと

- ▶ 外国人旅行者が訪日旅行中に困ったことの第1位は、2014年度は「無料公衆無線LAN環境」でしたが、2017年度は「施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない」となっています。



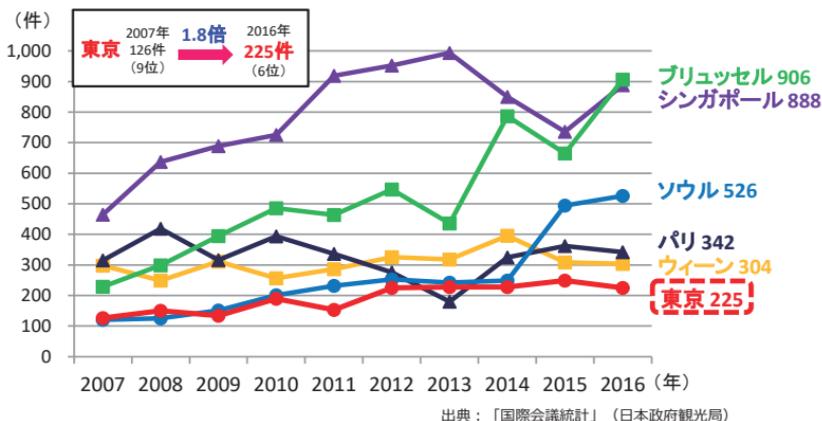
## 国際会議の世界市場の状況

- 国際会議の開催件数は、経済発展が進むアジアでのシェアがこの10年間で約1.6倍に増加しています。



## 世界の各都市における国際会議の開催件数の推移

- 東京における国際会議の開催件数は、この10年間で約1.8倍に増加していますが、依然として競合都市であるシンガポールやソウル等に後れを取っています。



## Condé Nast Traveler (コンデ・ナスト・トラベラー) The Best Cities in the World (2017年)

- 米国の富裕層向け旅行雑誌「Condé Nast Traveler (コンデ・ナスト・トラベラー)」(米国版)の世界で最も魅力的な都市ランキングで、2年連続で東京が第1位に選ばれました。

### 【読者投票ランキング2017年「The Best Cities in the World」上位10都市】

1位	東京(日本)	※1位
2位	ウィーン(オーストリア)	※10位
3位	京都(日本)	※2位
4位	バルセロナ(スペイン)	※9位
5位	パリ(フランス)	※11位
6位	シドニー(オーストラリア)	※12位
7位	マドリード(スペイン)	※27位
8位	バンクーバー(カナダ)	※6位
9位	ローマ(イタリア)	※15位
10位	ミュンヘン(ドイツ)	※38位

注：米国を除く世界各都市  
※ 国名の後の数字は2016年の順位  
出典：東京都報道発表資料

↓さらに詳しい内容はこちらをご覧ください

## PRIME 観光都市・東京

～東京都観光産業振興実行プラン 2018～

<http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/plan/tourism/plan/prime2018/>



- 著作権法上で著作権者の許諾が不要とされる場合を除き、著作物の無断複製及び転用はできません。
- 本冊子に掲載されているイラストの一部は、下記の団体・個人等から提供を受けています。  
・いらすとや

## PRIME 観光都市・東京

～東京都観光産業振興実行プラン 2018～

登録番号 (30) 19

平成 30 年 5 月 発行

編集・発行 東京都産業労働局観光部企画課

〒163-8001 新宿区西新宿二丁目 8 番 1 号

電話 03 (5320) 4721

印刷 株式会社 ダイワクリエイト

〒162-0801 新宿区山吹町 3 5 3 番地 1

電話 03 (3267) 2125



古紙パルプ配合率70%再生紙を使用



この印刷物は、印刷用の紙へ  
リサイクルできます。

