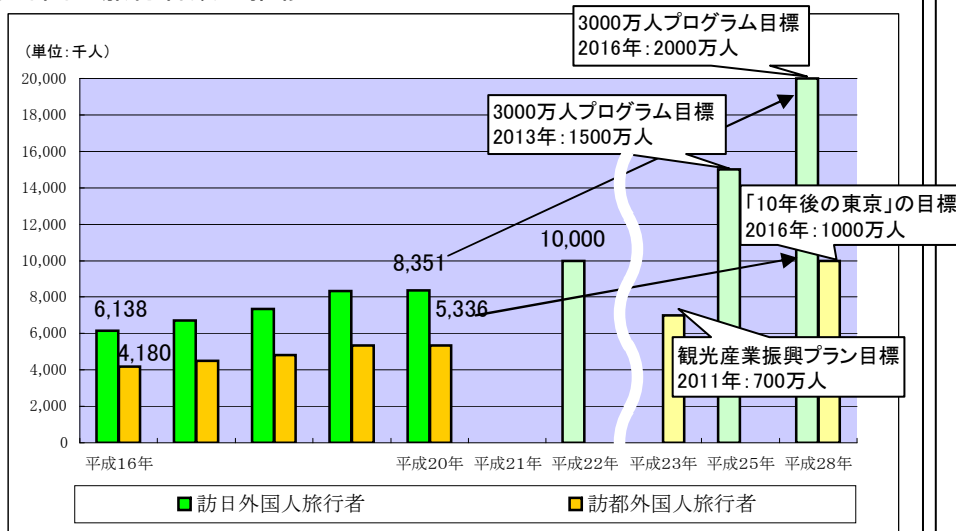


東京の観光を取り巻く状況について

1 国際観光の動向

(1) 外国人旅行者数の推移



(2) 平成20年から平成21年にかけてのインバウンド市場の特徴

◆訪日外国人旅行者は、上半期は、前年同期比10.0%増の伸びを示していたが、9月に端を発した世界的金融危機や円高の急進により、下半期は前年同期比8.8%減。結果、2008年の訪日外客数は、前年を0.05%上回る835万人となり年別で辛うじて過去最高を維持。

一方、2008年の訪都外客数は、過去最高を記録するものの、同様の影響を受け、前年比0.1%増の534万人にとどまった。

◆平成21年に入っても、景気低迷による旅行・消費の手控え、円高の進行に加え、新型インフルエンザの世界的流行などにより、10月まで前年同月比で15ヶ月連続の減となっていたが、11月に2.1%増と16ヶ月ぶりに増に転じ、若干改善の兆し。

【要因】

《平成20年上半期》

- ・外為市場における円安基調の継続(全体傾向)
- ・日本各地の地方空港へのチャーター便の運航拡大(アジア)

《平成20年下半期》

- ・9月に端を発した世界金融危機による世界的な外国旅行需要の縮小
- ・急激な円高の進行

《平成21年》

- ・円高基調の継続
- ・新型インフルエンザの国内流行

2 最近の主なトピックスと今後の予定

【最近のトピックス】

- 世界経済の低迷(平成20年9月～)
- 新型インフルエンザの感染拡大(平成21年4月～)
- 中国の富裕層の個人旅行者に対する個人観光ビザの発給開始(21年7月)
- 羽田～北京定期チャーター便就航(1日4往復)(平成21年10月)
- 2016年夏季オリンピック・パラリンピック開催地がブラジル・リオデジャネイロに決定(平成21年10月)
- 「ミシュランガイド東京2010」が発刊(平成21年11月)
都内の197の飲食店が掲載され、三つ星は11店舗となり、現時点で世界トップに
- 日米オープンスカイ協定締結で合意(平成21年12月)
- 小笠原諸島を世界自然遺産に推薦(平成22年1月)

【今後の予定】

- 成田新高速鉄道「成田スカイアクセス」の開業(平成22年7月)
- 羽田空港の再拡張・国際化(平成22年10月)
- 小笠原諸島の世界自然遺産登録(平成23年7月)
- 東京スカイツリーの開業(平成24年春)
- 東京国体開催(平成25年) など

【都の施策展開】

東京の観光を取り巻く新たな要因に的確かつ柔軟に対応しながら、「10年後の東京」への実行プログラム2010(平成22年1月)や観光産業振興プラン(平成19年3月)に基づき、引き続き、「東京の魅力を世界に発信」「観光資源の開発」「受入体制の整備」の3つの柱に沿って、戦略的に施策を展開していく。

(参考) 国の動向

- 平成21年10月 新たな目標の設定
訪日外国人旅行者数に関する目標を前倒し・上乗せした「3000万人プログラム」を打ち出す。
- 12月 観光庁関係予算
2010年度予算額(案)が、前年比2倍の126億5200万円

東京都観光産業振興プラン

(平成19年3月策定)

- 計画期間 : 平成19年(2007年)～平成23年(2011年)
- 目標 : 外国人旅行者 年間700万人 国内旅行者 年間5億人

主要な施策

活力と風格ある世界都市・東京の実現

東京の魅力を世界に発信

◆シティセールスの積極的な展開

- ◎オリンピック招致と連携し戦略的にシティセールスを展開
- ◎東アジアからの旅行者誘致に向けて観光情報を積極的に発信

◆観光情報の発信

- ◎外国人旅行者の国別のニーズに応じた観光情報の提供

◆コンベンション誘致活動の展開

- ◎企業系コンベンションの誘致
- ◎国際会議等をコーディネートする人材の育成

◆ビッグイベントと連携した東京の魅力発信

- ◎東京マラソン・オートバイレース等を通じた東京の魅力発信

観光資源の開発

◆美しい景観の形成

- ◎地域をあげた情緒ある街並みづくり

◆水辺空間の魅力向上

- ◎船で結ぶ水辺の観光ルートを開発し周遊性を向上

◆東京フィルムコミッション

- ◎円滑なロケーション活動のための推進体制の構築

◆自然と調和した観光

- ◎多摩地域: 水系・街道・鉄道など人の流れに沿って旅行者誘致に向けた連携を促進
- ◎島しょ地域: 年間を通じて集客できる滞在型観光の促進

◆産業観光の推進

- ◎首都東京の産業の魅力を旅行者へアピール

◆歴史・文化・スポーツ等を活かした観光

- ◎祭りや風物詩など地域の伝統・文化を観光資源として積極的に活用
- ◎上野公園を魅力ある文化・観光拠点として再生

◆観光まちづくりの推進

- ◎地域の魅力を地域で発掘

受入体制の整備

◆交通アクセスの整備

- ◎羽田空港の国際化を推進
- ◎横田基地の軍民共用化及び横田空域の返還

◆温かく迎える仕組みづくり

- ◎オリンピック招致に向けた東京ホスピタリティの形成

◆ひとりでもまち歩きが楽しめる都市の実現

- ◎迷わない東京に向け、案内サインの標準化を推進

◆観光ボランティアの活用の推進

- ◎ビッグイベントにおける観光ボランティア活用の促進

◆海外青少年の教育旅行受入の促進

- ◎異文化体験やスポーツ等の学校交流の積極的な推進

◆旅行者の安全確保

- ◎外国人旅行者に対する防災情報の提供等

「10年後の東京」の姿

- 東京の多様な魅力が世界に発信され、年間1,000万人の外国人旅行者が訪れる世界有数の観光都市となっている。
- 東京ならではの文化の創造・発信が活発に行われ、文化面でのプレゼンスを確立し、アジアの文化の中心地になっている。

これまでの主な取組と到達点

◇ シティセールス等により、外国人旅行者が倍増

平成12年 277万人 → 平成20年 534万人

◇ 言葉の壁を乗り越え、外国人旅行者を温かく迎える仕組みを構築

- ・ピクトグラム（絵文字）や多言語標記による歩行者案内標識の整備（平成21年度末見込み 765基）
- ・都指定文化財説明板の英語表記を平成21年度に着手



歩行者案内標識

◇ 東京の魅力を高める観光振興策を展開

- ・観光案内所（都庁・羽田空港・京成上野駅）の運営（平成20年度 利用者総数 約87万人）
- ・アニメ産業が集積する東京ならではの国際的な見本市「東京国際アニメフェア」を開催（平成21年3月総来場者数 約13万人）

◇ 多様な文化の発信拠点を整備

- ・トーキョーワンダーウォール（平成12年～）新進気鋭アーティストに作品発表の場を提供
- ・ヘブンアーティスト（平成14年～）公共施設を「街のなかにある劇場」として開放
- ・東京文化発信プロジェクト（平成20年～）東京ならではの芸術文化の創造・発信と芸術文化を通じた子供たちの育成を目的に複数の事業を展開



キッズ伝統芸能体験 狂言

3年後の到達目標

- 外国人旅行者を年間700万人誘致（平成23年）
- 東京の文化面におけるプレゼンスの確立に向け、舞台芸術、美術、伝統芸能、アートポイント等、さまざまな分野での戦略的な文化事業を展開

3か年の主要事業の展開

江戸・TOKYOを体感！ ～時の流れを感じる文化・水辺や緑の豊かさ・多様なイベントパワー～

東京発！アニメの魅力

- 近年、外国人にも注目されているアニメを、東京の新たな観光資源として世界に発信

観光資源化

- ・アニメに描かれた場所、イベント、見学可能制作会社等をリスト化
- ・見所や見学施設概要の情報満載なパンフレットを作成（日英併記）

世界に向けて発信

- ・海外イベントやメディアを通じた旅行者への情報発信
- ・海外でのプロモーションにより、現地旅行事業者等にPR

文化と歴史が体感できる「上野」にリニューアル

- 「文化の森」上野恩賜公園の再生
歴史的な資産を活かし、文化・芸術の魅力、水と緑の魅力が一体となって体感できる新しい上野公園を創出



旧寛永寺五重塔（重要文化財）



上野動物園水生動物展示施設のイメージ

- 動物園のさらなる魅力向上を目指して
迫力あるホッキョクグマやアザラシの行動を目の前で見ることができ、北極海の海中の雰囲気味わえるガラス張りプールを備えた水生動物展示施設を整備

身近に文化とふれあえるひとときを提供

- 東京アートポイント計画の推進

まちなかで市民とアーティストが協働するアートプログラムを展開
・水上クルージングで川に親しみながら都市の魅力を再発見できるプログラムや、楽しみながら防災が学べるプログラムなど、さまざまな分野で事業を展開

「LIFE ON BOARD」



（写真提供）吉岡理恵

「イザ！カエルキャラバン！in東京」
水消火器的あてゲーム



美しく豊かな自然をPR

- 小笠原世界自然遺産登録（平成23年予定）に向け、自然と調和した景観を形成



小笠原（父島二見港周辺）

- 多摩地域に新たな観光エリアとしての魅力や賑わいを創出

あきる野・日の出・檜原地域の広域的な連携により新たな観光ルートの整備やPR活動を支援



都民の森

「10年後の東京」の姿

- 都市の記憶を次世代に継承する美しい都市景観が創出され、成熟した都市東京の価値が高まっている。
- 都民や企業と共同した取組により、建築物や広告物が調和した街並みが形成されている。
- センター・コア・エリア内の都道は、無電柱化が完了している。

これまでの主な取組と到達点

美しい景観の形成を特に進めていくべき区域等の指定を拡大

- ・日本の玄関口にふさわしい景観形成の一環として、皇居周辺を景観誘導区域に指定（平成 21 年 4 月）



皇居周辺における眺望景観への配慮イメージ

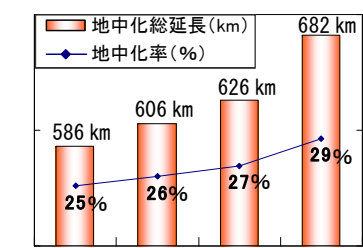
- ・清澄庭園等の 9 地区を景観形成特別地区に指定し、規制対象である屋外広告物の撤去補助を実施（小笠原を除く）



広告の撤去イメージ

無電柱化は着実に進捗

- ・平成 21 年度末の都道の地中化率は 29%（延べ 682km）
- ・都の補助制度により、区市町村道の無電柱化を支援



都道の無電柱化の推移



電柱のない街並み

3年後の到達目標

- 都民や企業が共同して主体的に美しい景観を保全・創出する取組を展開
- 景観形成特別地区内で条例による規制対象の屋外広告物のほぼ全数を撤去
- 無電柱化を推進し、センター・コア・エリア内の都道での地中化率 78%を達成

3か年の主要事業の展開

歴史と現代が織りなす魅力ある東京の景観形成

首都にふさわしい「東京の新しい顔」を創出

- 大規模開発に先立ち、都民、企業、行政が連携して「景観まちづくりの指針（デザインの地域ルール）」を新たに作成
- その指針を景観計画の地域ルールとして位置付け、魅力ある景観まちづくりを誘導



軒線が揃った街並み(丸の内)

景観の大切さの理解とその魅力の再発見

- 将来の景観づくりを担う子供たちに景観の大切さを理解してもらうため、景観学習のあり方を検討
- 「東京の景観 100 選（仮称）」を創設
景観まちづくり団体等の表彰により、東京の魅力を再発見

景観学習の成果
～子供の反応～
〔世田谷区立桜丘小学校〕
自分のまち、景観を改めて見直し、興味をもつようになった。
(出典:国土交通省 HP)

まちづくりと連携して無電柱化を加速

- 観光地周辺や利用者の多い駅の周辺などにおいて、面的な無電柱化を推進
東京スカイツリー、富岡八幡宮
荻窪駅、八王子駅
瑞江駅西部（土地区画整理事業と連携）
- 都道の無電柱化を 174km 実施（センター・コア・エリア* 内 75km）



地中化

東京スカイツリー周辺

*センター・コア・エリア:おおむね首都高速中央環状線の内側のエリア

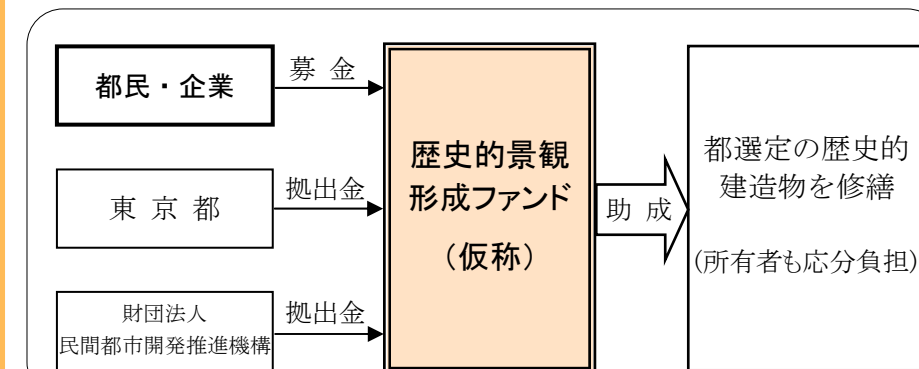
改定のポイント

- 魅力ある景観形成に向け、都民や企業等の積極的な参加を促し、地域の一体的な取組を推進

地域の魅力ある景観を形成するためには、個々の建物の景観だけではなく、高さやデザイン等に統一感があるまちづくりが必要

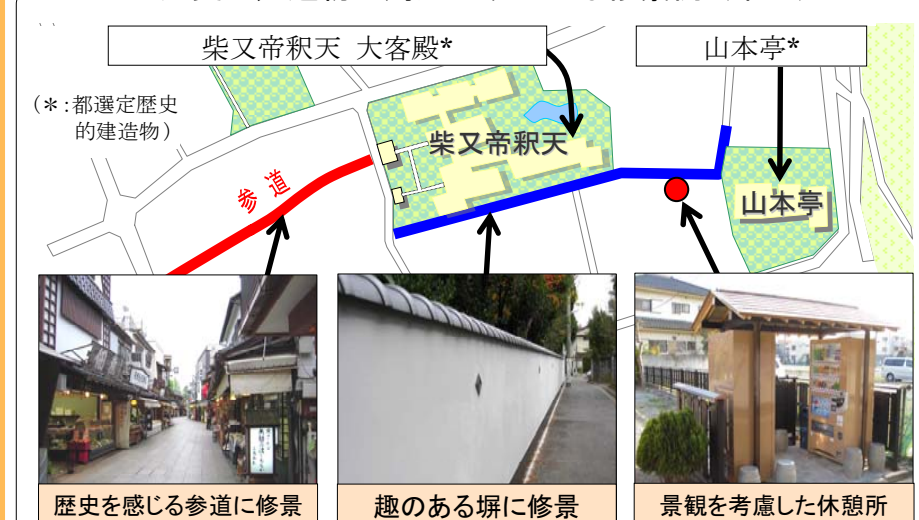
歴史・文化が薫る「まちの顔」づくり

- ファンドを創設し、都選定歴史的建造物の保存を支援



- 都選定歴史的建造物の保存と併せ、周辺地域の一体的な修景のあり方を検証するため、モデル的に修景事業を支援

<歴史的建造物の周辺地域の主な修景例(柴又)>



歴史を感じる参道に修景 趣のある塀に修景 景観を考慮した休憩所

現プラン策定後における主な観光産業振興施策の展開

	平成18年度以前からの取組	平成19年度から21年度までの取組	平成22年度実行プログラム事業	
東京の魅力 を世界に発信	<p>○ウェブサイト「東京の観光」による情報発信 ウェブサイトを通じて、8言語・9種類で東京の観光情報を発信（平成19年度アクセス数：2,688万7千件）</p> <p>○観光プロモーションの展開 海外でプロモーションを実施し、海外旅行事業者による東京向けツアー商品開発を促進（平成19年度までに欧・米・豪8か国16都市で実施） また、メディアや現地旅行エージェンツ向けに東京の情報を提供するためのセミナーを実施</p> <p>○コンベンション誘致活動の展開 東京観光財団を通じて誘致資金助成、開催資金貸付等を行い、国際会議を積極的に誘致（平成18年の東京開催国際会議：58件〔世界第24位〕）</p> <p>○東京国際アニメフェア 国際的な商談の場を設定するほか、国内外にアニメの魅力を発信（平成19年度来場者数：4日間で12万6,622人）</p> <p>○「東京大マラソン祭り」を通じた観光振興事業 東京マラソンの開催に合わせて、臨時観光案内所を設置するほか、マラソンコースのマップを作成</p>	<p>○東アジアからの旅行者誘致事業【実行プログラム事業】 羽田空港の国際化に伴い旅行者の増加が見込まれる中国、韓国、台湾の3地域において、東京観光をPRするパンフレット等を作成するとともに、主要雑誌等に東京のPR広告を掲載</p> <p>○海外の都市との観光交流【実行プログラム事業】 東京の認知度をさらに向上させるため、ロンドン市の協力を得て、相互の観光PRを展開（都庁舎とロンドン市庁舎においてパネル展示等を実施）</p> <p>○東京在住外国人リポーター事業【実行プログラム事業】 在京大使館職員等に東京の観光スポットを紹介するとともに、都の外国人旅行者向け施策について意見聴取</p> <p>○コンベンション関連事業【一部実行プログラム事業】 ホテル、会議施設等の実務者を対象に、企業系会議や国際会議の誘致スキルの向上を図る講座を開催（3日間、年2回） また、コンベンション誘致をめぐる海外他都市との競争を勝ち抜くため、主催者にとっての東京開催のインセンティブの充実を図る。</p> <p>○東京観光DVD・ガイドブックの作成 東京の観光の多様な魅力を美しい映像等を通して、多言語で紹介</p>	<p>○アジアからの旅行者誘致事業【実行プログラム事業】 今後も観光客の増加が見込まれるアジア諸地域において、東京観光をPRするパンフレット等を作成するとともに、主要雑誌等に東京のPR広告を掲載</p> <p>○コンベンション関連事業【一部実行プログラム事業】 ホテル、会議施設等の実務者を対象に、企業系会議や国際会議の誘致スキルの向上を図る講座を開催（3日間、年2回） また、コンベンション誘致をめぐる海外他都市との競争を勝ち抜くため、主催者にとっての東京開催のインセンティブの充実を図る。</p>	
	観光資源の 開発	<p>○多摩・島しょ地域の観光振興 多摩地域・島しょ地域の観光振興事業を支援するとともに、小笠原諸島・御蔵島におけるエコツーリズムを推進</p> <p>○水辺の観光資源化の推進 水辺の広域観光マップの作成や水辺イベント団体の連携を支援</p> <p>○地域における観光まちづくりの支援 アドバイザーの派遣等により、地域による主体的な観光振興の取組を支援</p> <p>○広域的な観光まちづくりの展開 浅草・両国地域及び青梅・奥多摩地域の2地域において、区市町村の枠を超えた広域的な観光まちづくりの取組を支援</p> <p>○産業を活かした観光ルート整備支援 伝統工芸の見学施設整備など、産業を活かした地域の観光ルート開発の取組を支援</p>	<p>○文化資源を活用した外客誘致促進【実行プログラム事業】 文化の魅力を活かして外客誘致を促進するため、文化資源の観光資源化調査や文化体験プログラムの試行を実施</p> <p>○江戸東京・まちなみ情緒の回生【実行プログラム事業】 江戸東京の情緒を伝えるまちなみを保全・創出する地域の取組を支援</p> <p>○広域的な観光まちづくりの新たな展開【実行プログラム事業】 新たに「品川・大田地域」及び「あきる野・日の出、檜原地域」の2地域において、広域的な観光まちづくり支援を展開</p> <p>○島しょ地域への外客誘致促進【実行プログラム事業】 外国人旅行者を新たなターゲットに誘致を促進するため、大島を対象に旅行者ニーズ調査やモニターツアーを実施</p> <p>○東京フィルムコミッション事業の展開 ロケ地紹介などを行う「東京ロケーションボックス」（平成13年設置。平成20年観光部に移管）に加え、アドバイザー派遣等により地域のフィルムコミッション設立を支援</p>	<p>○アニメ観光資源の開拓【新規・実行プログラム事業】 アニメ情報（アニメに描かれた場所、イベント、見学可能制作会社等）をリスト化</p> <p>○歴史的建造物等を活かした観光まちづくり【新規・実行プログラム事業】 歴史的建造物等の観光資源周辺地域で行われるエリア整備等ハード事業や当該観光資源を活かしたPRなどソフト事業に対して、総合的に支援を展開</p> <p>○水辺の観光資源活用促進事業【一部新規・実行プログラム事業】 水上コンサートなど集客力のあるイベントの実施や川面に開いたオープンカフェなど、水辺イベント実施主体が実施する先駆的な取組を支援</p> <p>○広域的な観光まちづくりの新たな展開【実行プログラム事業】 大田地域の新たに「品川・大田地域」及び「あきる野・日の出、檜原地域」の2地域において、広域的な観光まちづくり支援を展開</p>
		受入体制の 整備	<p>○観光案内所の運営 ・都内3箇所で見学情報センターを運営（平成19年度利用者：86万4,925人） ・区市町村や宿泊施設等の窓口を活用し、観光案内窓口を運営（149箇所）</p> <p>○歩行者用観光案内標識の整備 旅行者が多く訪れる地域や東京マラソンコース沿いなどに、ピクトグラムや多言語による分かりやすい案内標識を設置（平成19年度までに595基設置）</p> <p>○ウェルカムボードの設置 旅行者に歓迎のメッセージを伝えるボードを設置 成田空港2箇所、羽田空港1箇所、京成上野駅1箇所</p> <p>○ウェルカムカードの作成・配布 東京を訪れる旅行者に観光情報等を提供（平成19年度作成・配布部数：ハンディガイド110万部、ハンディマップ120万部、エリアマップ80万部）</p> <p>○観光ボランティアの活用 都内10コースのガイドサービスを実施するほか、国際会議等にボランティアを派遣（平成20年度登録者：379人）</p>	<p>○案内サイン標準化指針の策定【実行プログラム事業】 旅行者にとってわかりやすい案内標識の整備を促進するため、表記方法、景観への配慮等に関する標準化の指針を策定 また、鉄道・地下鉄・道路等に設置されている案内板工作物等が及ぼす、まち歩き・観光地への満足度調査を実施</p> <p>○外国語メニューの作成【実行プログラム事業】 飲食店が簡単に外国語メニューを作成することが可能となるよう「外国語メニュー作成支援ウェブサイト」構築し、6言語によるモデルメニューを作成</p> <p>○海外青少年の教育旅行受入促進【実行プログラム事業】 若年層の交流拡大により国際相互理解の促進を図るとともに、将来のリポーターを育成し、外国人旅行者の誘致を促進</p> <p>○観光路線バス（下町ルート）の運行開始【実行プログラム事業】 ・経路：東京駅～日本橋～秋葉原～上野～合羽橋～浅草～両国 ・運賃：大人200円 子供100円 ・開業に合わせ、運行ルート周辺の「まち歩きマップ」を多言語で作成</p> <p>○「全国観光PRコーナー」の開設 東京都と全国の自治体が連携して、日本全国各地の魅力をPRする「情報発信拠点」として都庁舎内に開設。全国各地の観光パンフレットを常設するほか、各自治体が観光・物産のPRイベントを実施</p>

【備考】 ・【実行プログラム事業】とは、「10年後の東京」への実行プログラム（平成19年12月、都が「10年後の東京」の実現に向けて、取組を加速化する3か年のアクションプランとして策定）2008～2010のいずれかに位置付けられた、集中的・重点的に取り組むべき事業等を指す。
・青字は、21年度新規事業