

I 東京の観光振興の意義

1 観光がもたらす効果

- ①交流人口の増加による経済の活性化
- ②魅力ある地域づくりを通じた地域の活性化
- ③都市としての地位の向上
- ④地域交流・国際交流の活発化による相互理解の促進
- ⑤観光の視点に立つことによる、高質な都市の創造

2 東京における観光振興の必要性

- 観光振興による経済波及効果の創出
 - ・観光産業は裾野が広く、経済活性化、雇用の拡大に寄与。
- 世界的に増加している旅行者の取り込み
 - ・交流人口拡大による経済効果、都市としての地位向上を期待。
- 「日本のゲートウェイ」としての役割を果たす
 - ・訪日外国人旅行者の約7割が訪問する東京の役割は重要。
- 国際旅行収支不均衡の解消
 - ・インバウンドの増加に向け、東京は存在感を発揮すべき。
- 地域振興に向け、そのポテンシャルの発揮
 - ・資源の宝庫である東京こそ、観光の視点に立った取組が重要。

3 東京の観光振興に向けた考え方

- 旅行者の期待や信頼を、将来に向けて持続的に約束する『東京ブランド』の確立によって、

II-1 観光を取り巻く近年の社会情勢等の変化

- 有望市場の台頭と旅行者誘致をめぐる都市間競争の激化
 - ・海外主要都市は豊富な財源・体制により強力な誘致施策を推進。
- 旅行者ニーズの多様化
 - ・個人旅行へのシフトが進むとともに、旅行者の嗜好も多様化。
- 情報流通ルートの多様化・ICTによる技術革新
 - ・ウェブサイト、携帯情報端末等により観光情報が迅速に流通。
- 航空状況の変化
 - ・羽田空港国際化などによる利便性の向上、LCCの勢力拡大。
- 観光まちづくりの概念の普及
 - ・「住んでよし、訪れてよし」の精神による地域の意識の変化。
- 人口減少・少子高齢化の進展
 - ・地域の活力向上のためには、観光による交流人口の拡大が急務。
- 急激な為替レートの変動
 - ・短期間における為替レートの変動は、旅行者の動向に影響。
- 国をあげた観光立国に向けた取組の強化
 - ・観光立国推進基本法の施行(H19年)、観光庁の発足(H20年)。

★東日本大震災による影響

II-2 東京の観光振興施策における課題

1 外国人旅行者誘致は、多様化する旅行者の動きに十分に対応しきれていない

- マーケティングを踏まえた効果的な施策展開が不十分。
- 都市全体を象徴するイメージが不鮮明。
- 東京単独でのプロモーションに終始。

2 外国人旅行者誘致においては、ビジネス市場を視野に入れた対策も必要である

- MICE*に対する支援策や体制は未だ脆弱。
- 経済波及効果など、そのプレゼンスが確立されていない。
- 東京の強みが、MICE誘致・開催に活かされていない。

*MICE (マイス) : Meeting (企業会議)、Incentive (企業の報奨・研修旅行)、Convention

3 観光を通じて地域を活性化する取組は、十分とは言えない

- 観光の視点から地域を活性化しようとする動きが弱い。
- 特色ある地域のイメージが不鮮明。
- 地域に旅行者を呼び込むための仕組みの検討が必要。

4 あらゆる旅行者が満足する受入環境は、まだ十分に整っていない

- 外国人旅行者の不安要素の一つが「言語が通じない」。
- 旅行者が自由に情報を得やすい環境が十分に整っていない。
- 旅行者に対する安全・安心への取組強化が求められる。

5 観光に関わる人材の育成は、大きく進めていく必要がある

- 海外と比較して観光の人材育成は発展途上。
- 地域に密着した担い手が求められている。
- 国際感覚を備えた人材の育成が未だ十分ではない。

6 観光振興に向けた取組体制は、海外主要都市に遅れをとっている

- 関係する様々な主体が必ずしも密接なものとなっていない。
- 官民が一体となり、柔軟かつ機動的な取組体制が弱い。

7 観光に関する調査・統計は、東京の実態を捉えきれていない

- 観光振興の成果把握は、これまで量的指標(旅行者数)のみ。
- 旅行者誘致に係る海外での調査は、対象市場が限定的。
- 東京の観光の状況把握・分析体制は十分整備されていない。

III-1 観光の視点による東京の将来像

1 観光が成長を牽引する都市

- 東京の重要な産業として、観光がその経済成長の一翼を担っている。
- 観光の視点に立った都市づくりが東京の発展を支えている。

2 世界の旅行者に選ばれるプレゼンスの高い都市

- 世界に「東京ブランド」が浸透している。
- 東京を訪れたいと感じる「東京ファン」が増え続けている。
- 国際会議やイベントが常に開催され、多くの人々が東京を訪れている。

3 東京で過ごすすべての人が魅力を感じる都市

- 人々が満足感や幸福感を得て、誇りや愛着を感じられるまちとなっている。
- 訪れる人が、そこに住みたいくなるまちとなっている。
- 人々の間に活発な交流が生まれ、常に新しい価値が創造されている。

4 あらゆる旅行者が安心して快適に過ごせる都市

- 旅行者が常に快適に過ごせる環境が整備されている。
- 緊急・災害時における旅行者への支援体制が確立している。

5 誰もが観光の担い手として活躍する都市

III-2 東京の観光振興における施策提言

→ 詳細は【提言の概要】

- 戦略1 質・量ともに充実した効果的な外国人旅行者誘致策の展開**
- 戦略2 誘致競争を勝ち抜くMICEプログラムの構築**
- 戦略3 地域資源を活用した旅行者への価値の提供**
- 戦略4 旅行者目線に立った、きめ細かな受入環境の充実**
- 戦略5 東京の成長を牽引していく観光を支える人材力の確保**

IV 施策を推進するために必要な事項

→ 詳細は【提言の概要】

- 1 東京の総力を結集した観光振興の推進**
- 2 観光の実態をより効果的に捕捉する機能の充実**
- 3 東京の観光施策を支える財源の確保**