

3 これまでの取組の検証

平成29年1月に策定した「東京都観光産業振興実行プラン2017」では、今後の取組の視点と数値目標を定め、その目標達成に向けて6つの戦略に基づく施策を展開していくこととした。

東京都観光産業振興実行プラン2017の施策体系

今後の取組の視点

- 1 観光を有力産業に発展させる取組
- 2 将来を見据えた新たな観光資源の開発
- 3 魅力の発信と効果的な誘致活動
- 4 受入環境の充実
- 5 東京の様々な主体の連携強化

数値目標

訪都外国人旅行者数	2020年：2,500万人	2024年：3,000万人
訪都外国人リピーター数	2020年：1,500万人	2024年：1,800万人
訪都外国人消費額	2020年：2兆7,000億円	
訪都国内旅行者数	2020年：6億人	
訪都国内旅行者消費額	2020年：6兆円	

目標達成に向けた6つの戦略

- 1 消費拡大に向けた観光経営
- 2 集客力が高く良質な観光資源の開発
- 3 観光プロモーションの新たな展開
- 4 MICE誘致の新たな展開
- 5 外国人旅行者の受入環境の向上
- 6 日本各地と連携した観光振興

「東京都観光産業振興実行プラン 2018」では、PDCAサイクルの考え方に基づき、観光実行プラン 2017 に基づくこれまでの取組を検証して政策をブラッシュアップし、プランに反映させている。

具体的には、まず、観光を巡る現状の変化を分析し、観光実行プラン 2017 の数値目標の達成状況を確認する。続いてこれまでの取組を観光実行プラン 2017 で定めた 6 つの戦略ごとに検証し、観光を巡る現状の変化を勘案した上で今後の方向性を導き出す。検証の結果を踏まえ、観光実行プラン 2017 の今後の取組の視点を更新し、改めて観光実行プラン 2018 の数値目標を設定する。最後に、目標達成に向けた観光実行プラン 2018 の戦略を定め、その施策を具体化する。

＜東京都観光産業振興実行プランにおける PDCA サイクル＞



以下では、観光実行プラン 2017 で定めた 6 つの戦略ごとにこれまでの施策展開とその具体的な実績について確認し、観光を巡る直近の状況を踏まえた上で今後の方向性を検討する。

(1) 消費拡大に向けた観光経営

【これまでの主な施策展開】

(インバウンド対応力の向上)

外国人旅行者を受け入れる事業者の受入環境レベルを向上させるため、宿泊施設に対し、Wi-Fiの整備、トイレの洋式化や案内表示の多言語化の支援を進めている。平成29年度からは中小の飲食店、免税店にも対象を拡大している。また、宿泊施設や飲食店などの事業者が多言語コールセンターサービスを提供している。

(観光産業を担う人材の育成)

観光産業の担い手となる人材に、外国人旅行者の受入に必要な知識や情報を提供するため、観光事業者向けのセミナーを開催している。平成29年度からは、観光関連事業の経営層等を対象に講座を開設している。

(消費喚起に向けた取組)

消費拡大につながる環境の向上のため、平成29年度から、宿泊施設に加え、中小の飲食店及び免税店を対象にクレジットカード決済端末の導入支援を行うほか、免税店に対しては免税対応のためのシステムの導入についても支援を行っている。また、買い物をする外国人旅行者の利便性を高めるため、「観光タクシー」の利用促進に向け、ドライバーの育成等のほか、平成29年度はPRパンフレットの作成を行っている。

【これまでの主な実績】

◆インバウンド対応力の向上

- 宿泊施設に対する支援（100件）[平成28年度]
- 多言語コールセンターサービスの提供 [平成28年度]
 - ・対象施設：宿泊施設（526施設）、飲食店（397施設）、免税店（1,546施設）、タクシー（1,400台）
 - ・利用言語：英語・中国語・韓国語
 - ・利用時間：全日24時間

◆観光産業を担う人材の育成

- 観光事業者向けセミナーの開催（614名）[平成28年度]
- 観光関連事業の経営層等を対象とした講座の実施（5回）[平成29年度]

◆消費喚起に向けた取組

- 観光タクシードライバーの育成（42名）[平成28年度]、フォローアップ研修の実施 [平成29年度]



【今後の方向性】

東京での消費活動の活性化につなげるため、観光事業者へのセミナー開催やインバウンド対応力向上のための支援を行ってきた。一方、中国人一人当たりの買い物代金が減少するなど、外国人旅行者による消費行動が変化している。今後は、観光事業者がそうした消費行動の変化や多様なニーズを踏まえた態勢づくりが出来るように、支援していくことが必要となっている。

(2) 集客力が高く良質な観光資源の開発

【これまでの主な施策展開】

(水辺のにぎわい・ライトアップの活用など新たな観光資源の開発と活用)

新たな観光資源の開発のため、平成 28 年度から地域の観光関連団体等が行う水辺空間を活用したイベント等の取組への支援を、平成 29 年度からは都内の建造物や身近な自然を活用したライトアップの取組に対する支援、ライトアップや夜景を紹介するマップの作成を行っている。

また、地域の観光協会等から、新たな地域資源を活用した企画案を募集しており、平成 29 年度からは外国人の関心が高いアニメ等のコンテンツを活用して観光振興を行う地域の取組に対する支援を開始している。

(多摩・島しょ地域の観光振興に向けた取組)

多摩・島しょ地域への旅行者誘致を進めるため、様々な情報ツールを活用して地域の観光情報を発信している。また、外国人向け観光ツアーの造成・販売に対する支援、観光スポットを周遊する交通ネットワークの充実に向けたモニターツアー等を実施している。島しょ地域においては、平成 29 年度にプレミアム付宿泊旅行商品券「しまぽ通貨」を発行した。

(観光関連団体への支援)

都内の各地域の観光振興の力を伸ばすため、地域の観光の担い手である観光協会に対し、観光まちづくりの専門家などを派遣してアドバイスなどを行うなどの支援を行っている。

【これまでの主な実績】

◆水辺のにぎわい・ライトアップの活用など新たな観光資源の開発と活用

[平成 29 年度]

○自然や建造物へのライトアップ支援（紅葉のライトアップ（6 件）、建造物の常設ライトアップ（1 件））

○地域による観光まちづくり支援（23 件）[平成 28 年度]

- ・しまガイドとともに、神津島百観音を巡るモニターツアーの実施（神津島村）

- ・多摩エリアに集積する宇宙関係施設を巡るモニターツアーの実施（国分寺市、立川市、西東京市、小金井市）
- ・中学生、大学生及び留学生による墨田区のものづくりをテーマとした旅行商品づくり（墨田区）

◆多摩・島しょ地域の観光振興に向けた取組 [平成 28 年度]

- 外国人向け観光ツアーの造成・販売支援に向けたモニターツアーの実施（西多摩地域 1 回、大島町 1 回、八丈町 1 回）
- 交通ネットワークの充実に向けたモニターツアー等の実施（モニターツアー：西多摩地域 3 回、八丈町 2 回／実証実験：奥多摩町・檜原村 1 回）

◆観光関連団体への支援 [平成 28 年度]

- 観光のまちづくりの専門家などのアドバイザー派遣（4 件）



【今後の方向性】

旅行地としての東京の魅力を高めるため、これまでになかった新しい視点に立った観光資源の開発を行うとともに、地域の特色を生かした観光資源の発掘を行ってきた。訪都外国人旅行者数は引き続き増加していることから、今後は外国人旅行者の多様な興味や関心にきめ細かく対応するため、これまで開発してきた観光資源のブラッシュアップと、魅力ある地域資源の更なる発掘が必要となっている。

(3) 観光プロモーションの新たな展開

【これまでの主な施策展開】

(海外に向けた東京の魅力の発信の強化)

東京の持つ都市としての魅力をより印象的に海外へ発信するため、平成 29 年 4 月にアイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」を発表し、各種広告や海外旅行博等のプロモーションに活用している。

(観光プロモーションの戦略的な展開)

アジアや欧米豪地域を対象に、東京観光レップによる旅行事業者やメディアに対する日常的な働きかけや、現地の広告等を効果的に活用した PR、旅行博への出展など国や地域の特性に応じたプロモーションの充実を図っている。

(富裕な旅行者層の誘致)

平成 29 年度から、都内での大きな消費が期待できる富裕な旅行者を誘致するため、パリとニューヨークの 2 都市において、東京観光レップを活用し、富裕層の特性を捉えたプロモーションを行っている。さらに、東京を訪問する富裕層に対し、質の高いサービスなどを提供できる都独自の通訳ガイドの仕組みづくりに向け、観光面でのニーズ等を調査している。

【これまでの主な実績】

◆海外に向けた東京の魅力の発信の強化 [平成 29 年度]

- アイコンを活用した東京 PR 映像作成
- アイコンの公式サイト開設
- アイコンを活用した「東京おみやげ」製作

◆観光プロモーションの戦略的な展開

- 民間事業者との連携による観光プロモーション [平成 28 年度]
 - ・現地旅行博への出展 (欧米豪・アジア地域 16 市場)
 - ・パンフレットの作成・配布 (欧米豪・アジア地域)
 - ・海外旅行事業者向けセミナーの開催 (欧米豪地域、中国、韓国 計 20 件 580 名)

- ・海外メディアの招聘（欧米豪・アジア地域 計 52 件 110 名）
- ・海外旅行事業者の招聘（欧米豪地域、中国、韓国 計 8 件 30 名）

○成長開拓市場における観光プロモーション

（平成 28 年度：インド）

- ・メディア向けセミナーの開催（29 社）
- ・旅行事業者向けセミナー・商談会の開催（64 社）

（平成 29 年度：ロシア）

- ・メディア向けセミナーの開催（39 社）
- ・旅行事業者向けセミナー・商談会の開催（47 社）

○ニューヨーク市との相互観光 P R

- ・ニューヨーク市内における広告の掲出（バス停留所、公共無料 W i - F i ステーション）等 [平成 29 年度]

【今後の方向性】

世界から東京を訪れる旅行者を増やすため、アジアや欧米豪地域を対象に、現地旅行博への出展や旅行事業者向けセミナー・商談会などのプロモーションを積極的に展開してきた。今後は、それぞれの市場の特性に応じたプロモーションを徹底し、これまでの市場に加え、旅行者数の増加が期待される新たな国・地域の開拓を行うとともに、欧米豪地域でのプロモーション活動の強化や、特に大きな消費が期待できる富裕層向け誘致の取組強化が必要となっている。

(4) MICE誘致の新たな展開

【これまでの主な施策展開】

(官民一体のMICE連携推進協議会の設置)

MICE誘致を効果的に進めるため、平成29年度に東京観光財団が中心となり、東京都や国、政府観光局、民間事業者、地域の団体、主催者などの関係主体の協力による「東京都MICE連携推進協議会」を立ち上げた。

(MICE誘致に向けた取組)

都内での国際会議開催に向け、国内の誘致団体に対し誘致活動や開催に係る経費を支援するとともに、外国人参加者には、着付体験など日本の魅力を体験できるプログラムを提供している。また、企業系会議や報奨旅行については、主催者等に対して東京への事前視察の機会を提供するとともに、外国人参加者に対してアトラクション等のサービスを提供している。

(MICE受入拠点地域の育成)

これまで都心部を中心にMICE受入拠点地域を育成してきた。平成29年度からは、多摩地域でもMICEの開催を増やしていくため、MICEの受入体制強化に向けた地域の取組を支援するとともに、人材育成に対する支援の強化を図っている。

(ユニークベニユーの活用推進)

歴史的な建造物や文化施設などをレセプション会場等として使用するユニークベニユーの活用を推進するため、主催者に対し会場設営の支援を実施するほか、PRパンフレットの作成・配布を行った。平成29年度からは都立施設をユニークベニユーとして活用する取組を開始した。

【これまでの主な実績】

◆MICE誘致に向けた取組

- 都の国際会議に対する開催経費支援(19件) [平成28年度]
- 都が支援を行い東京で開催された主な国際会議

(平成 28 年度)

- ・第 46 回国際禁制学会 (ICS) 年次総会 参加者数：約 2,100 名
- ・第 33 回 ISQua 国際学術総会 参加者数：約 1,200 名

(平成 29 年度)

- ・グローバル・サミット・オブ・ウィメン 2017 参加者数：約 1,300 名
- ・ACM SIGIR 2017 参加者数：約 900 名

○都が支援を行い東京で開催された主な企業系会議・報奨旅行等

(平成 28 年度)

- ・欧州エネルギー企業 参加者数：約 1,200 名
- ・米国金融系企業 参加者数：約 4,700 名

(平成 29 年度)

- ・中国 (香港) 生命保険会社 参加者数：約 1,300 名
- ・米国コンサルティング会社 参加者数：約 1,600 名

◆M I C E 受入拠点地域の育成

(平成 26 年度指定)

○「大手町・丸の内・有楽町」「六本木」「臨海副都心」

(平成 29 年度指定)

○「日本橋・八重洲」「品川・田町・芝・高輪・白金・港南」「八王子」

◆ユニークベニューの利用促進

○会場設営支援 (民間施設 10 件 (平成 26 年度事業開始)

都立 2 件 (平成 29 年度事業開始))

○PR パンフレットを作成し、M I C E 関連事業者等へ配布 (2 万部)

【今後の方向性】

M I C E 誘致に向けた活動を行う国内組織に対し、様々な財政支援や人的サポートを行ってきた。東京の国際会議の開催件数をみると、増加してきているものの、依然としてシンガポールやソウルなどのアジアの競合都市に後れを取っている状況である。今後は、開催地としての魅力や誘致競争力の向上につながるユニークベニューの活用推進に向けた取組の強化が必要となっている。

(5) 外国人旅行者の受入環境の向上

【これまでの主な施策展開】

(観光案内体制の充実)

平成 26 年 12 月に策定した「外国人旅行者の受入環境整備方針」に基づき、街なかでの観光案内標識、無料Wi-Fiやデジタルサイネージをはじめ、都内各地の観光案内窓口や広域的観光案内拠点を整備している。また、平成 29 年 6 月には都心から多摩の各地域への送客を強化する取組の一環として、立川に「東京観光情報センター 多摩」を整備した。

(観光ボランティアの活用)

対面での観光案内の力を高めるため、観光ボランティアの育成を進め、都庁におけるガイドツアーや、新宿・銀座・浅草地域等での観光案内などを実施している。また、中学生や高校生を対象とした、外国人旅行者への接し方等を学ぶ「おもてなし親善大使」の育成を進めている。

(多様な文化・習慣への理解促進)

外国人旅行者の多様な文化や習慣に十分に配慮した対応ができる受入事業者を増やすため、多様な文化や習慣を把握するための調査を実施し、平成 29 年度からは受入事業者向けパンフレットの作成やセミナーの実施等を行っている。また、ムスリムの旅行者や受入事業者向けのパンフレット作成に加え、セミナーなどを実施した。

(アクセシブル・ツーリズムの充実)

障害者や高齢者等が積極的に外出して快適に旅行を楽しむことができるアクセシブル・ツーリズムの充実に向けて、ハード・ソフト両面から支援を行っている。ハード面では、リフト付観光バス車両の導入やリフト付観光バス車両の乗降場等のバリアフリー化、宿泊施設に対するバリアフリー化の支援を行っている。平成 29 年度からは宿泊施設における備品の購入について支援を拡充した。ソフト面では、平成 29 年度より障害者や高齢者の受入環境の向上を検討している観光関連事業者に対して専門の相談員の派遣を行うとともに、都民や事業者向けのシンポジウムを開催している。

【これまでの主な実績】

◆観光案内体制の充実

- 広域的な観光案内機能を担う拠点の整備（4地域）[平成28年度末]
- 観光案内窓口の拡充・機能強化（外国人旅行者が多く訪れる10地域に42か所）[平成28年度末]
- デジタルサイネージの歩行空間での設置（19基）[平成29年末]
- 観光案内サインの設置（138基）[平成28年度末]
- Wi-Fiアンテナの設置（101か所）[平成28年度末]

◆観光ボランティアの活用

- 観光ボランティアの登録（2,496人）[平成28年度末]
- 観光ボランティアのユニフォーム製作[平成29年度]
- 「街なか観光案内」の展開（4地域）[平成28年度末]
- おもてなし親善大使の育成（562人）[平成28年度末]

◆アクセシブル・ツーリズムの充実

- リフト付観光バスの導入に対する支援（18台）[平成28年度末]
- 乗降場等のバリアフリー化に対する支援（3自治体）[平成28年度末]
- アクセシブル・ツーリズム推進シンポジウムの開催[平成29年度]

【今後の方向性】

外国人旅行者の受入環境整備に向け、観光案内体制の充実（無料Wi-Fiサービスの提供等）や観光ボランティアの育成・活用などに取り組んできた。一方、外国人旅行者の困ったことの第1位が無料公衆無線LAN環境からコミュニケーションの問題に変化している。今後は、多言語対応の取組を強化するとともに、多様化する外国人旅行者のニーズに対応し、様々な旅行者が快適に観光のできる環境整備を進めていく必要がある。

(6) 日本各地と連携した観光振興

【これまでの主な施策展開】

(日本各地と連携した誘致活動の推進)

東京を訪れた外国人旅行者が日本各地を訪れるよう、日本の各地域と連携し、観光ルートの構築や外国人旅行者に向けた観光の魅力の発信等を行っている。平成29年度からは東北、中国・四国地域に加え、九州地域全体と連携を開始した。また、情報発信強化の取組として、Webサイトで360度VR（仮想現実）動画を順次配信している。

(都市間連携によるMICE誘致の推進)

海外企業からのニーズが高い国内周遊型の報奨・研修旅行の誘致に向け、札幌市などの他都市と連携を図っている。また、東京での国際会議の開催機会を捉え、参加者が連携都市を訪れるプログラムを提案している。平成29年度からは新たに名古屋市及び沖縄県との協力を開始している。

(東京から全国魅力を効果的に発信)

全国の自治体と連携し、「全国観光PRコーナー」や「日本全国物産展」を運営し、魅力的な観光資源や特産品などの情報を発信するとともに、東京に集積する各自治体のアンテナショップに関する情報発信を実施している。

【これまでの主な実績】

◆日本各地と連携した誘致活動の推進

○連携地域：東北（平成27年度～）、中国・四国（平成28年度～）、九州（平成29年度～、なお熊本・大分は平成28年度～）

- ・東北、中国・四国、九州の各地域と東京都の間で協議会を設置
- ・東京と各地を結ぶ観光ルートを紹介するウェブサイトを作成
- ・海外メディア等を対象に招聘旅行を実施
- ・海外旅行博等でのリーフレット、パンフレット配布

◆都市間連携によるM I C E誘致の推進

- 連携自治体：札幌市、石川県、名古屋市、京都市、福岡市、沖縄県
- ・シンガポール企業の社員の報奨旅行の事前視察を沖縄県と協力して受入れ、サポートした結果、41名の報奨旅行を誘致 [平成29年度]

◆東京から全国の魅力効果を効果的に発信

- 都庁展望室における日本全国物産展の開催（購入者54,202人／平成28年4月27日～平成29年3月31日まで）
- 全国観光PRコーナー来場者数（177,031人） [平成28年度]



【今後の方向性】

東京と全国の各地域が協力し、双方の強みを生かした東京を起点とした観光ルートの設定や、M I C Eの共同誘致活動などを行ってきた。外国人旅行者をより一層誘致していくためには、東京と日本の各地域の双方が協力し、新たな魅力を海外に広く発信することが効果的である。今後は、そうした連携をより一層強化するとともに、ラグビーワールドカップ2019™等の機会を活用し、東京から日本各地の魅力を発信することが必要となっている。