

第1章

東京の観光産業振興の意義

- 1 これまでの取組
- 2 海外市場の動向と我が国の地位
- 3 観光を取り巻く環境
- 4 東京の観光産業振興の方向性

1

これまでの取組

1 観光への期待

我が国は、「失われた20年」とも呼ばれる長期にわたる経済の低成長の時代から抜け出せないまま今日に至っており、将来に向けた視界は今なお十分に開けていない。

また、急速に進む少子高齢化と人口減少の波は、国の抱える巨額の債務残高とともに、我が国の成長における大きな制約となっている。

一方、中国や台湾、韓国、シンガポールなどのアジアの国や地域は、その著しい経済成長を背景に国際的な地位を着実に高めており、かつて圧倒的な優位を誇った我が国の国際競争力は様々な分野において相対的に低下し、その存在感には陰りがみられる。グローバル化が進み、国際競争が激しさを増す中、それに耐え得る力をあらためて強化し、その成長と揺るぎない地位を再び確保することが、我が国の大きな課題となっている。

こうした中で、関連する産業の裾野が広く、幅広い経済波及効果が見込まれる分野として、観光が注目を集めている。これまで一貫して増加傾向にあった世界の旅行者数は、今後も長期にわたって拡大し続けると見込まれている。

また、我が国独自の伝統や文化、風物などが持つ魅力は、世界の人々の興味を駆り立てるポテンシャルを十分に持っており、我が国の国際競争力を強化し、その将来に向けた成長を支えていく産業分野として、観光への期待は今後もより高まっていくと考えられる。

2 行政の取組

東京都（以下「都」という。）は、観光を「多くの産業に経済波及効果をもたらし、飛躍的な成長が見込まれる産業」と位置付け、平成13（2001）年4月、産業労働局に観光を所管する部署を設置した。そして、同年11月、こうした視点に立つ最初の計画として「東京都観光産業振興プラン」を策定した。

このプランは、それまで都が、観光を都民のレクリエーションとして捉え、国内外からの旅行者を誘致する視点に欠けていた点を見直し、「千客万来の世界都市・東京」を目指して、本格的な外国人旅行者誘致など、観光産業振興に向けた取組を大きく進める契機となるものであった。

さらに、平成19（2007）年3月に、「活力と風格ある世界都市・東京」を目指して同プランを改定し、外国人旅行者誘致だけでなく、観光まちづくりや水辺空間の魅力向上など、地域における取組にも目を向けつつ、同プランに引き続き「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」という3つの柱に沿った施策を展開してきたところである。

一方、国においても観光立国に向けた取組が急速に進んでいる。国土交通省では、平成15(2003)年にビジット・ジャパン・キャンペーン¹を開始するとともに、平成18(2006)年の「観光立国推進基本法」の制定、平成19(2007)年の「観光立国推進基本計画」の閣議決定、平成20(2008)年の観光庁の設置へと続き、国の戦略分野の一つに観光を位置付け、その取組を強化している。

《行政の主な動き》

	東京都	国
平成11年度 (1999)	Yes! Tokyoキャンペーン	
平成13年度 (2001)	産業労働局に観光関連部門を設置 「東京都観光産業振興プラン」策定	
平成14年度 (2002)	産業労働局観光部設置 シティセールス開始	
平成15年度 (2003)	「観光まちづくり基本指針」策定	「観光立国行動計画」策定 ビジット・ジャパン・キャンペーン (VJC) 開始
平成16年度 (2004)		観光立国推進戦略会議報告書
平成17年度 (2005)	「東京の水辺空間の魅力向上に関する 全体構想」策定	観光ルネッサンス事業創設
平成18年度 (2006)	「東京都観光産業振興プラン」改定	「観光立国推進基本法」制定
平成19年度 (2007)		「観光立国推進基本計画」閣議決定
平成20年度 (2008)		観光庁設置
平成21年度 (2009)		訪日外国人3,000万人プログラム
平成22年度 (2010)	東京都観光事業審議会に対し、「東京の 活力向上を図る観光振興の戦略的な 取組」について諮問	「新成長戦略～「元気な日本」復活の シナリオ～」策定（「観光立国・地域 活性化戦略」が7つの戦略分野の一つ に選定）
平成23年度 (2011)	同審議会から、「東京の観光の回復を 目指す特別提言」提出。東日本大震災 後の旅行者を回復させる取組を実施	「観光立国推進基本計画」閣議決定
平成24年度 (2012)	同審議会から、「答申」提出	「日本再生戦略」（「観光立国」が11の 戦略の一つに選定）

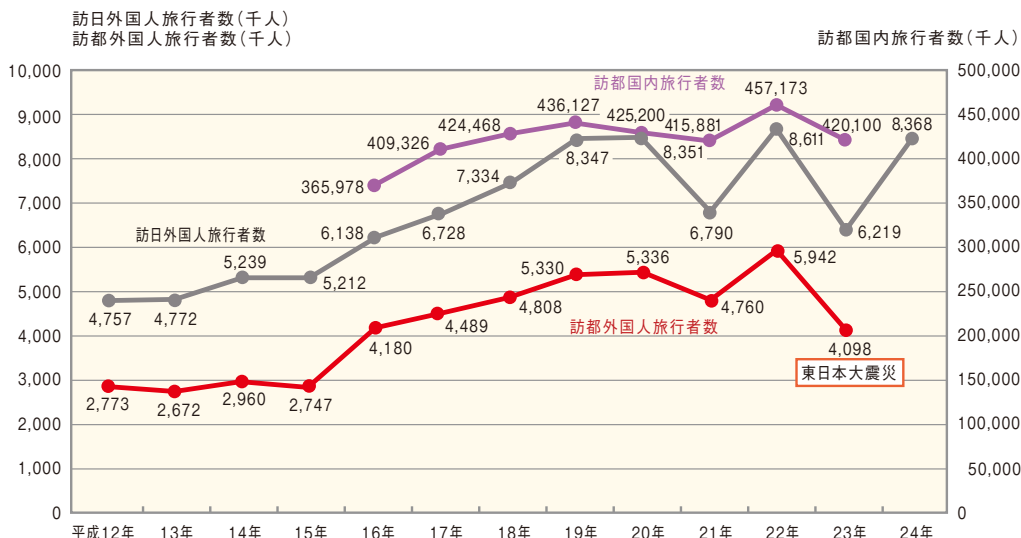
3 旅行者数の推移

こうした取組等により観光の位置付けは大きく変化するとともに、東京を訪れた外国人旅行者（訪都外国人旅行者）の数も、最初のプランを策定した平成13（2001）年には約267万人に過ぎなかったものが、平成22（2010）年には約594万人と過去最高の数値となり、約10年の間に、2倍を超える大幅な増加となった。

また、日本人の国内旅行についても、平成22（2010）年に東京を訪れた旅行者（訪都国内旅行者）は約4.6億人に達し、これも過去最高となっている。

¹ 訪日外国人旅行者の増大を目的として、国と地方公共団体、民間が共同で取り組んでいるキャンペーン。国土交通省が中心になった政策で、平成15（2003）年4月にキャンペーン実施本部事務局を開設。

《日本・東京を訪れた外国人旅行者数、東京を訪れた国内旅行者数の推移》



※訪都外国人旅行者数の平成12～15年は国の調査より推計
 出典：訪日外国人旅行者数及び訪都国内旅行者数 「訪日外客数」(日本政府観光局(JNTO))
 訪都外国人旅行者数及び訪都国内旅行者数 「東京都観光客数等実態調査」(東京都)

4 経済波及効果

《東京における経済波及効果》

観光は、関連する産業の裾野が広く、旅行業や宿泊業、運輸業、飲食業はもとより、レジャー産業、食品業、農林水産業、小売業、印刷業、イベント産業、会議施設、通訳・翻訳業、警備業など、その業種は多岐にわたっており、大きな経済波及効果を生み出すことが期待されている。

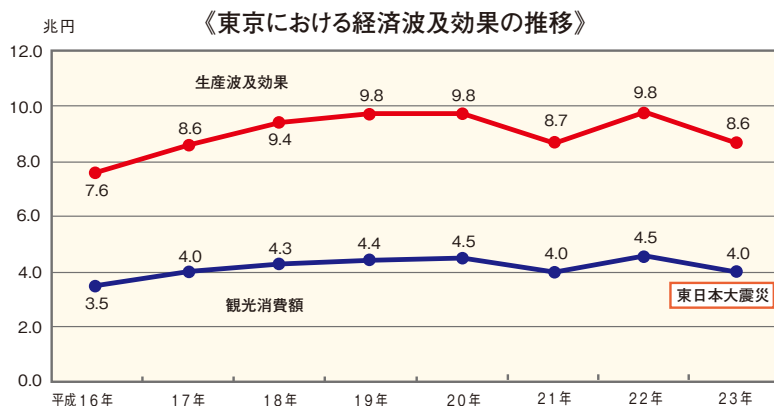
	旅行者数(目標)	旅行者数	観光消費額	生産波及効果
外国人旅行者		4.5百万人	2,885億円	6,258億円
国内旅行者		4.1億人	3.7兆円	8.0兆円
平成17年(実績)		4.1億人	4.0兆円	8.6兆円
外国人旅行者	7百万人	5.9百万人	4,585億円	10,198億円
国内旅行者	5億人	4.6億人	4.1兆円	8.8兆円
平成22年(実績)	5億7百万人	4.6億人	4.5兆円	9.8兆円
外国人旅行者		1.5百万人	1,700億円	3,940億円
国内旅行者		0.5億人	0.4兆円	0.8兆円
増減(H22-H17)		0.5億人	0.5兆円	1.2兆円

都内生産額の5.6%

※目標値は平成23年
 ※数字未満の単位で端数処理をしているため、計算結果と内訳が一致しない場合がある
 出典：東京都観光客数等実態調査(東京都)

東京を訪れた旅行者数が最多となった平成22(2010)年は、旅行者が都内で消費した金額を示す観光消費額が約4.5兆円となっている。

また、それが他業種へ波及した額である生産波及効果は約9.8兆円に達しており、都内生産額の5.6%を占めている。



出典：東京都観光客数等実態調査(東京都)

2

海外市場の動向と我が国の地位

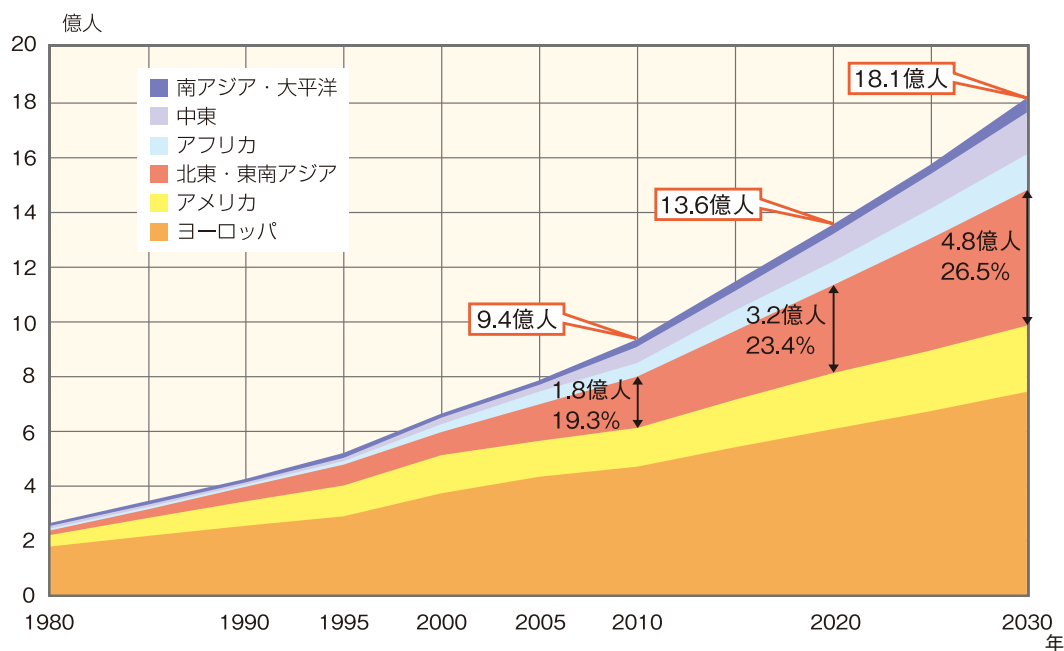
1 世界の旅行者数の推移

世界観光機関（UNWTO）によれば、全世界の旅行者数は、これまで一貫して増加し続けており、平成22（2010）年には約9.4億人に達している。

また、こうした増加傾向は長期にわたって継続すると見込まれており、平成32（2020）年に約13.6億人、平成42（2030）年には約18.1億人と、平成22（2010）年の2倍程度にまで膨らむと予測されている。

このうち最も増加する割合が高いと予測されているのが、北東アジア・東南アジア地域であり、平成22（2010）年から平成42（2030）年までの20年間で、増加分全体の3分の1に当たる約3.0億人の増加となる見込みである。

《世界の旅行者数の趨勢》



出典：「Tourism Towards 2030」（UNWTO）

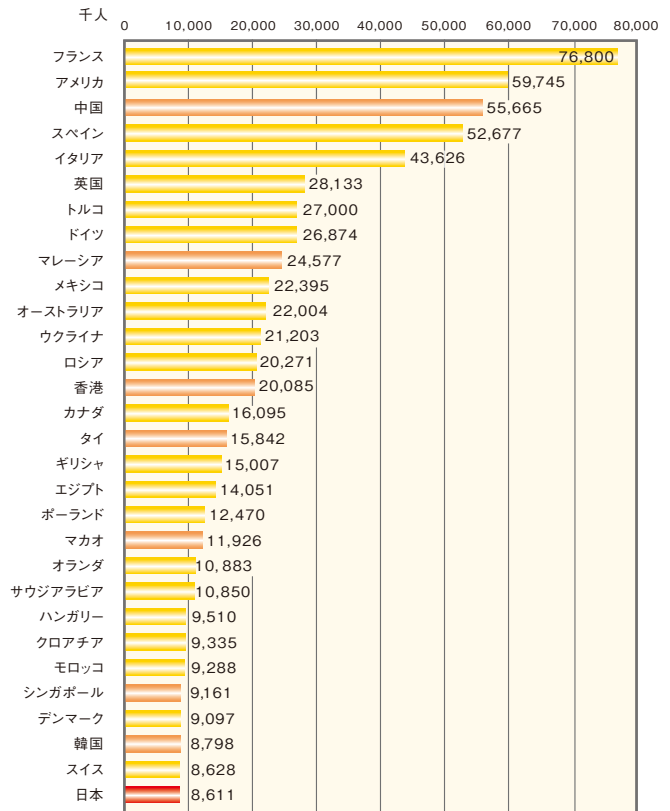
2 海外主要国・地域の動向

海外の国や地域では、これまでも積極的な外国人旅行者誘致を展開し、数多くの旅行者を受け入れている。

一方で、我が国の外国人旅行者受入数は相対的に少なく、その地位は依然として低い。訪日外国人旅行者が最も多かった平成22（2010）年においても、日本は世界30位に過ぎず、アジア地域ではシンガポールや韓国を下回る8位に甘んじている。

都市別にみても、同年の東京を訪れた外国人旅行者数が594万人であるのに対し、シンガポールは約900万人、ソウルは約800万人の外国人旅行者を受け入れているとされており、東京を大きく上回っている。

《諸外国の外国人旅行者受入数(平成22年)》



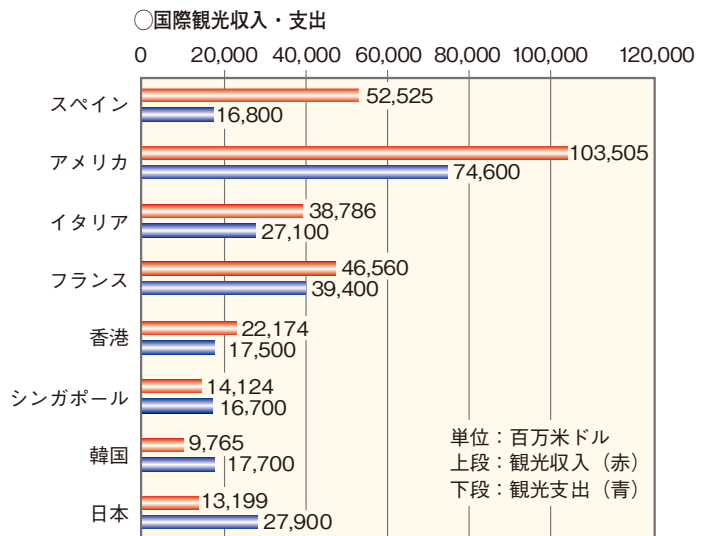
出典:「平成24年版観光白書」(観光庁)

3 国際観光収支の状況

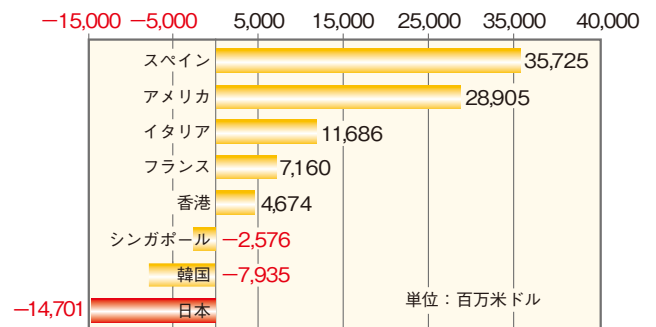
我が国における国際観光収支の不均衡も課題である。インバウンド（外国人の訪日旅行）は、アウトバウンド（日本人の海外旅行）よりも圧倒的に少なく、平成22（2010）年における訪日外国人旅行者数は、日本人の海外旅行者数を約800万人も下回っている。

その結果、同年の国際観光収支は、支出が世界7位の279億米ドル、収入が世界19位の132億米ドルと、約147億米ドルの大幅な赤字となっており、収支が黒字のスペインやイタリア、フランスなどに遠く及ばない。

《国際観光収支の比較・抜粋（平成22年）》



○国際観光収支



出典：「平成24年版観光白書」(観光庁)

《海外主要国・地域の取組状況》

韓国・ソウル

◎韓国観光公社 Korea Tourism Organization (KTO)による取組

- インバウンド政策について、平成32（2020）年までにアジアで最も高い観光競争力の確保、外来観光客2,000万人の獲得を目標とする。
- 基本戦略として、「韓流」を活用したマーケティング、MICE産業や医療観光の活性化などの取組を展開している。また、ウェブサイトやSNS¹（ソーシャルネットワーキングサービス）による観光情報サービスの提供、中・低価格帯の宿泊施設のサービス向上など、観光産業の自立や観光インフラの充実に向けた取組を推進している。
- メディアやSNS等と連携した消費者参加型のキャンペーンサイト“Touch Korea Tour”、SNS機能を強化したサイト“ibuzzKorea”の運営など、SNS対策を強化している。

◎ソウル市の取組

- 観光拠点に観光案内員を配置し、旅行者の案内を行う「動く観光案内所」（P108コラム参照）の運営、都心における民泊など宿泊施設の拡充を実施している。

香 港

◎香港政府観光局 Hong Kong Tourism Board (HKTB)の取組

- 政府機関であるツーリズム・コミッション（Tourism Commission）の政策によるプロモーションを実施。
- “Asia’s world city”というブランド構築を目指し、観光都市としてだけでなく、国際商業都市としてのブランド価値の向上に向けたシティプロモートを展開している。
- 基本戦略として、東西の文化が融合したアジアを代表する国際都市、中国本土への玄関口としての重要性、様々なイベントの開催による地位の向上のほか、魅力ある多彩な観光コンテンツの創出を掲げている。
- 近年は戦略テーマとして“Festive Hong Kong”を掲げるなど、民間事業者と協働した香港各地の伝統的な祭りや文化行事、ハロウィン、クリスマス、ワインをテーマとしたキャンペーンなど、様々なメガイベントを展開している。

シンガポール

◎シンガポール政府観光局 Singapore Tourism Board (STB)の取組

- インバウンド政策については、平成17（2005）年に10ヶ年観光政策ロードマップ「Tourism 2015」を掲げ、平成27（2015）年の外来観光客1,700万人、観光収入300億シンガポールドルを目標にしつつ、現在新たに「Tourism 2015」の改良案「Tourism Compass 2020」を策定中。
- 欧米や日本をはじめ、近年では中国、インド、東南アジア、中東など、アジア全域からの旅行者誘致に力を入れるとともに、観光分野での競争力向上による経済振興、アジアにおける観光やビジネスのハブ都市になることを基本戦略として掲げている。
- 平成22（2010）年に立ち上げた新たなデスティネーション「Your Singapore」の下、レジャー観光はもちろん、ビジネストラベルやMICE、教育や医療サービスなど、旅行者それぞれの目的やニーズに合った過ごし方を提案し誘客を目指す取組が施策の柱となっている。

※Your Singapore事業は、“一人ひとりにとってのシンガポール”をコンセプトに、旅行者のコンセプトに基づいた旅行企画の作成をウェブサイト上で支援する取組。各旅行者がサイト上で作成した企画内容を収集し、旅行者の行動特性の把握につなげている。

出典：(財)自治体国際化協会調べ、(株)JTB総合研究所調べ、「平成24年度版観光白書」（観光庁）、「国際観光白書2010」（日本政府観光局（JNTO））

1 Social Networking Serviceの略。P9の脚注を参照

取組の概要

取組の概要

取組の概要

3 観光を取り巻く環境

1 近年の環境変化

観光立国推進基本法の制定や観光庁の設置など、我が国は「観光立国」の実現に向けてかじを切っており、観光は国家戦略の一つとされるまでになった。

一方、観光を取り巻く環境も変化しており、都が「東京都観光産業振興プラン」を改定した平成19（2007）年以降、様々な変化が生まれていることから、こうした動きを十分に踏まえ、時代に合った取組を進めていく必要がある。

①国際的な誘致競争の激化

アジア地域では、新興国を中心に急速な経済成長を背景とした旅行者層の拡大が進んでいる。海外の主要都市では、これら旅行者を取り込むための取組を強化しつつあり、観光分野における国際的な都市間競争が激化している。

②旅行者におけるニーズの多様化

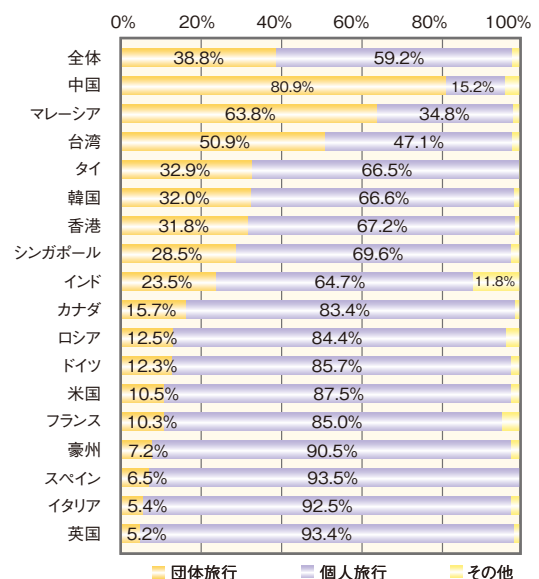
外国人旅行者の増加に伴い、FIT¹と呼ばれる個人旅行や、再来訪する旅行者（リピーター）が増えている。

FITは、欧州・米国・豪州（欧米豪）などからの旅行者において特に顕著であり、旅行者の8割から9割までを占めるが、近年ではアジア地域からの旅行者においても増加しつつある。

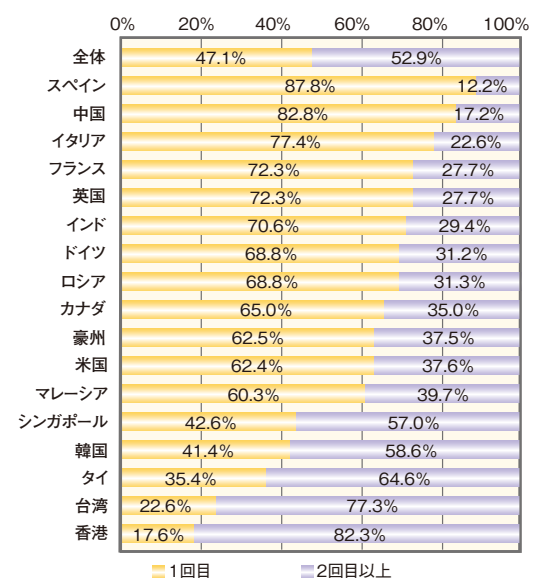
一方、再来訪客であるリピーターは、比較的東京に近いアジア地域からの旅行者に多くみられる傾向である。

また、国内旅行者も含めて、観光スポットを訪れるだけの観光から、地域におけるまち歩きや、人々との交流、地域ならではの様々な体験を楽しむ観光などに、旅行者の関心が広がっている。

《市場別観光客旅行形態》



《市場別観光客の訪日回数》



出典：「訪日外客訪問地調査2010」
（日本政府観光局（JNTO））

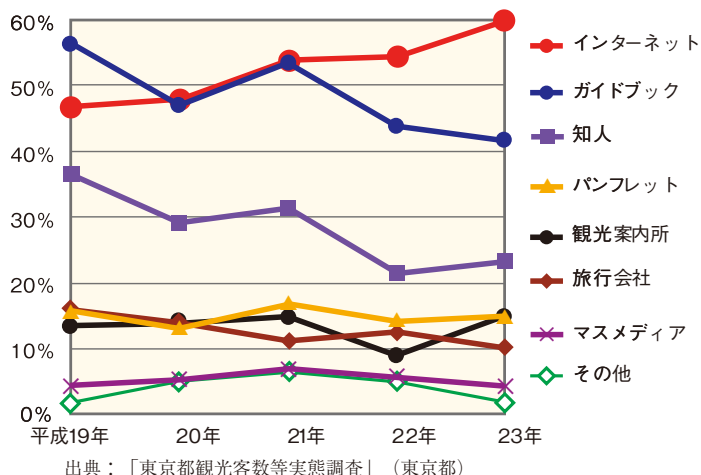
¹ Foreign (Free) Independent Travel (Tour) の略。個人で好みの航空券や宿泊施設などを手配し、自由に海外旅行を楽しむ旅行形態

③ 情報流通ルートが多様化

ICT¹による技術革新は、観光分野にも大きく影響している。主要な情報発信のツールは、出版物などの紙媒体からインターネット上のウェブサイトへと移りつつあり、口コミサイトをはじめ、ツイッターやフェイスブックなどのSNS²（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用した旅行情報の流通や、ウェブ上での旅行予約などが一般化している。

また、スマートフォンやタブレット端末などの携帯情報端末が急速に普及し、旅行者にとって、自由に旅行情報にアクセスできる環境が整いつつある。

《旅行者の情報入手手段の変遷》



④ 交通インフラの整備

羽田空港の再拡張・国際化や成田空港の容量拡大により、航空機の発着枠が大幅に増加するとともに、いわゆるLCC³と呼ばれる航空事業者の新たな参入など、旅行者を輸送する手段・枠が拡大している。

また、成田スカイアクセスの開業や京急蒲田駅の高架化などにより、空港へのアクセスも改善しつつある。

さらに、東京メトロ副都心線、首都高速中央環状新宿線の開通、JR東北縦貫線（東京～上野）や首都高速中央環状品川線の整備が進んでいるなど、東京の交通インフラはより一層充実しており、都内における移動の利便性向上につながっている。

《京浜急行電鉄・京急蒲田駅(大田区)の高架化》



⑤ 観光による地域活性化の動き

観光は、来訪者である旅行者を増加させることにより、地域ににぎわいを生み、地域経済を活性化するものであるという認識が全国に広がっている。

そして、旅行者の来訪は、住む人に自らの街への愛着や誇りを育み、訪れる人にとっても住む人にとっても快適なまちづくりにつながる、という新たな考え方が地域に根付き始めている。

⑥ 少子高齢化・人口減少の進展

東京の人口は、平成32（2020）年頃をピークに、減少に転じると見込まれている。

1 Information and Communication Technologyの略。情報通信技術

2 Social Networking Serviceの略。人と人とのつながりを促進、サポートする、コミュニティ型の会員制のサービスもしくはウェブサイト

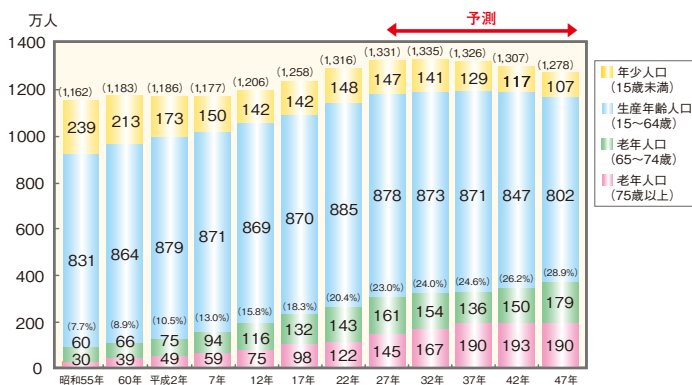
3 Low-Cost Carrierの略。運営の効率化等により、低価格の運賃と簡素化されたサービスで輸送を行う格安航空会社

また、平成22（2010）年における東京の高齢化率は20.4%と、既に5人に1人が65歳以上の高齢者という時代を迎えており、平成32（2020）年には4人に1人が高齢者になると想定されている。

このような急速な少子高齢化の進展に伴い、産業分野における労働力不足や消費の縮小が懸念されている。

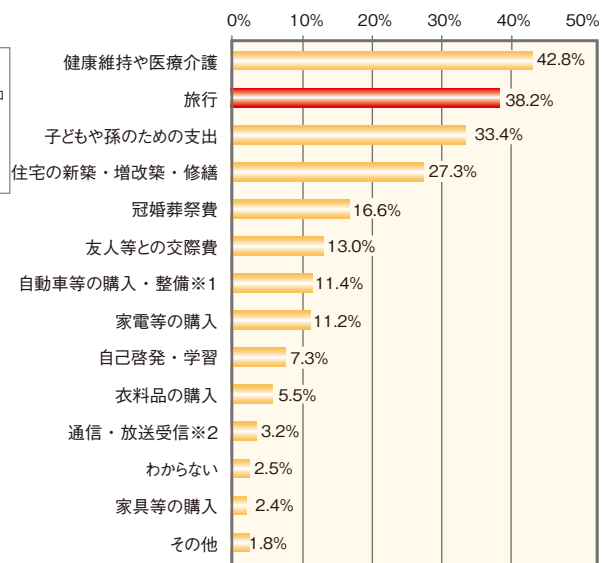
一方で、いわゆる団塊の世代を含めた60歳以上のシニア世代の消費は、既に100兆円を超え、国内消費の4割以上を占めていると言われている。時間と経済力とに余裕のあるこうした世代は、旅行に対する意識が強いことから、観光分野における市場の拡大が期待される。

《東京都の年齢階層別人口の推移》



※H17（2015）年以降は東京都による予測
 ※最上段は総人口、（ ）内は高齢化率
 ※実績には年齢不詳が含まれることや四捨五入による内訳の合計値と一致しない場合がある
 出典：「2020年の東京」（東京都）

《優先的にお金を使いたいもの(60歳以上)(複数回答)》



※1 オートバイを含む
 ※2 携帯電話、インターネットを含む

出典：「平成23年度 高齢者の経済生活に関する意識調査」（内閣府）より作成

2 東日本大震災の影響

平成23（2011）年3月に発生した東日本大震災と、それに伴う福島第一原子力発電所の事故は、我が国の観光にも甚大な影響を与えた。東京もその例外ではなく、平成23（2011）年に東京を訪れた外国人旅行者数（訪都外国人旅行者数）は、対前年比31.0%減の410万人にとどまった。同年における全国の訪日外国人旅行者数も、対前年比27.8%減の622万人と過去最大の下げ幅となったが、東京の数値はこれを上回る減少率であった。

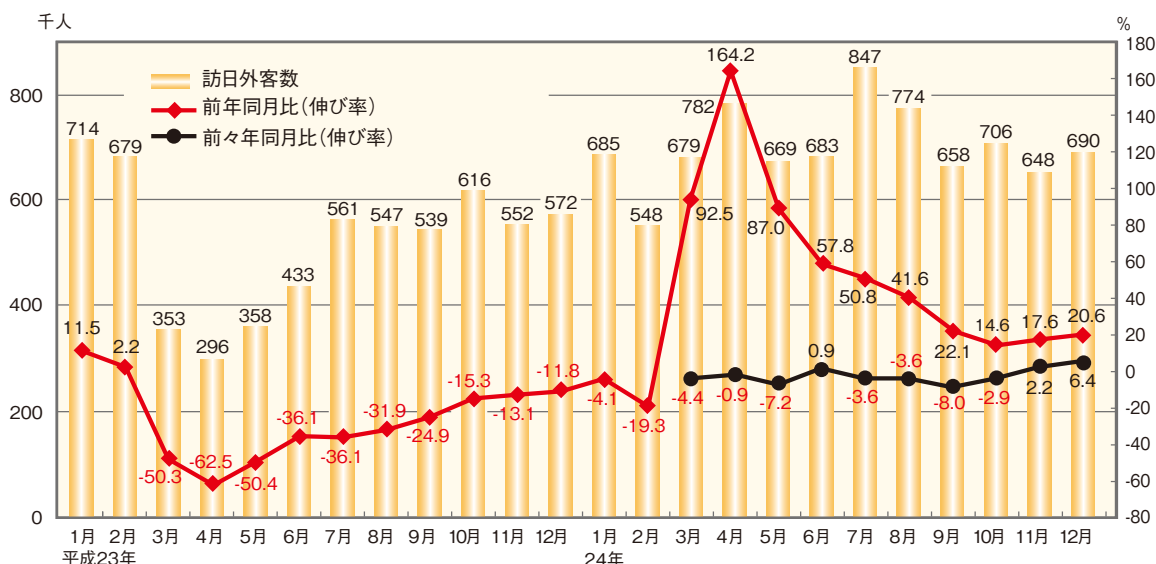
また、訪都国内旅行者数についても、対前年比8.1%減の約4.2億人となっている。

さらに、経済規模の大きい東京では経済に対する影響も大きく、観光消費額が対前年比11.9%減の約4.0兆円（前年度は約4.5兆円）になるとともに、生産波及効果は同12.3%減の約8.6兆円（前年度は約9.8兆円）にとどまる結果となった。

その後、国内旅行者については、自粛ムードや節約志向が緩和したことなどから比較的早く回復し、平成23（2011）年度の後半にはおおむね震災前の水準に戻ったとされている。

一方、外国人旅行者については、日本政府観光局（JNTO）の訪日外客数（訪日外国人旅行者数）調査によれば、平成24（2012）年は837万人となっており、震災前の平成22（2010）年における861万人を2.8%下回るまでに回復し、こうした旅行者の増加傾向は現在も続いている。

《月別訪日外客数の推移(平成23年1月～平成24年12月)》



出典：「訪日外客数」(日本政府観光局(JNTO))より作成

平成22年の訪日外客数	計	8,611千人
平成24年の訪日外客数	計	8,368千人
対前々年比(震災前の年からの伸び率)		-2.8%

3 東京の観光に関するトピックス

東京の観光については、毎年、様々な動きがみられるが、とりわけ平成23(2011)年度、平成24(2012)年度は、小笠原諸島の世界自然遺産への登録をはじめ、東京スカイツリータウン®の開業、東京駅丸の内駅舎の復原、都心部における新たな商業施設のオープン、48年ぶりとなる国際通貨基金(IMF)・世界銀行総会の東京開催など、観光資源となる施設の開設やイベントが続き、東京が観光で注目される象徴的な年となった。

《東京の都心部と東京スカイツリータウン®》



今後の観光産業振興に向けた取組は、こうした東京の新たな魅力を十分に踏まえるとともに、平成32(2020)年オリンピック・パラリンピック競技大会の東京招致活動とも連携しつつ、より一層、積極的な展開を図っていく。

《東京の観光に関するトピックス》

時 点		トピックス
平成19（2007）年	3月	ミシュランガイド東京の発刊
平成21（2009）年	3月	ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンの発行
〃	7月	中国人個人観光ビザ発給開始
〃	10月	成田空港平行滑走路延長（B滑走路2,500m化）
平成22（2010）年	7月	成田新高速鉄道（成田スカイアクセス）の開業
〃	7月	中国人個人観光ビザ発給要件緩和
〃	10月	羽田空港の再国際化・再拡張
〃	通年	年間の外国人旅行者数が過去最多 （訪日旅行者861万人、うち訪都旅行者594万人）
平成23（2011）年	6月	小笠原諸島の世界自然遺産登録
平成24（2012）年	2月	東京ゲートブリッジ開業
〃	4月	世界旅行ツーリズム協議会（WTTC）グローバルサミットの開催
〃	5月	東京スカイツリータウン®開業
〃	10月	東京駅丸の内駅舎復原
〃	10月	国際通貨基金（IMF）・世界銀行総会の開催
〃	10月	京急蒲田駅高架化
※以下、今後の予定		
平成25（2013）年	9月	平成32（2020）年オリンピック・パラリンピック競技大会の開催都市決定
〃	9月	スポーツ祭東京2013（国民体育大会等）開催
平成26（2014）年	3月	羽田空港 国際線旅客ターミナル（拡張）供用開始（予定）
平成26（2014）年度		首都高速 中央環状品川線開通（予定）
平成27（2015）年度		豊洲新市場竣工（予定）

※本表は平成25年4月30日現在の情報により作成

4

東京の観光産業振興の方向性

1 東京の特性

首都・東京は、我が国の政治・経済の中心であり、国内外の企業とそれらが持つ資本や技術力が集積し、巨大な市場を擁する国際都市である。

一方で、今も息づく江戸の伝統と東京の先端文明との共存や融合、我が国固有の食文化、芸術、ファッション、ポップカルチャーといった多彩な文化、都会の身近にある多摩・島しょ地域の豊かな自然など、様々な魅力にあふれる姿を持っている。

さらに、高密度で正確な交通機関・情報通信のネットワーク、機能的で品格のある都市空間、安全で清潔な生活環境、誠実で親切な人々のホスピタリティ（おもてなしの心）、あらゆる人々にやさしいバリアフリー化された施設、世界でも群を抜いた治安の良さなど、質の高い都市環境も東京の持つ姿である。

観光とは、都市や地域を訪れる人々が、その魅力にひかれ、そこに価値を見出し、それらを楽しむことであり、長い年月を重ねて成熟し、洗練された都市である東京は、旅行者を引き付ける高いポテンシャルを持った世界でも有数の都市である。

2 東京における観光産業振興の意義

観光は、人々の心を豊かにするとともに、交流人口の増加や人々の消費による経済の活性化、地域の活性化といった効果を生み出す。

また、観光の視点に立ったまちづくりの取組は、旅行者（来訪者）や住民に、より利便性の高いサービスや風格・品位のある空間などを提供する。さらに、人々の交流による相互理解は、地域間や国家間の連帯にも貢献することが期待される。

しかし、外国人旅行者の受入数をみても明らかであるように、旅行目的地としての我が国の国際的な地位は依然として低い。国内では最も多くの外国人が訪れている東京も、その高いポテンシャルを十分に活かしきれているとは言い難いのが現実である。

都は、観光がもたらす豊かな果実を将来にわたって実らせていくため、今日の観光を取り巻く環境に適切に対応し、積極的に観光産業振興を推進していかなければならない。

3 本プランの考え方

我が国の経済は長期にわたり低成長が続いており、成長を牽引する産業が強く求められている。人口減少の時代を迎え、国内旅行における旅行者数や観光消費額に飛躍的な伸びが期

待しにくい中、今後も右肩上がりの成長が見込まれる世界の旅行市場でそのシェアを拡大することは、東京はもとより、我が国の成長を支える大きな柱となる。

また、多くの外国人旅行者を受け入れることは、東京に対する世界の理解を深めるだけでなく、東京の国際的なプレゼンスを高めることにもつながる。

首都であり、日本のゲートウェイ（玄関口）でもある東京は、外国人旅行者誘致を強力に推進し、我が国全体の観光を牽引していかなければならない。

一方、近年、観光が地域を活性化させる重要な要素であるという認識が全国に広がりつつある。都内の各地域においても観光協会の設立が相次いでいるなど、観光産業振興の気運が高まっており、観光の視点に立ったまちづくりの取組を加速させていく好機となっている。

東京は地域資源の宝庫であり、これらを活かした観光産業振興の取組は、地域の活性化を進める上で大きな可能性を持っている。各地域は、国内外の旅行者を引き付ける観光資源を発掘あるいは開発し、その魅力を磨き上げていくことが必要である。

さらに、旅行者が快適に過ごすための環境を充実し、東京ならではのホスピタリティを存分に発揮することにより、旅行者の満足度を一層向上させていくことも大切である。

都は、本プランにおける観光産業振興に向けた施策を強力に推進し、洗練された都市としての東京の魅力をさらに磨き上げて、国内外の旅行者を積極的に誘致していく。そして、それを東京の魅力の更なるブラッシュアップにつなげ、施策効果の持続的な連鎖を生み出していく。

以上を踏まえ、本プランの基本的な考え方を整理する。

①本プランの理念

東京ブランドの確立

- 旅行者の期待に応え、信頼を獲得し続ける強いブランド力を築くことにより、世界の旅行者に選ばれる「観光ブランド都市・東京」を実現する。

東京ファンの獲得

- 東京の魅力を磨き、何度訪れても楽しめる東京を実現することにより、東京に魅了された旅行者を増やしていく。

②施策展開の方向性

- 本プランの計画期間となるこれからの5年間で、東京が観光分野において新たに飛躍するステージと位置付ける。
- 日本のゲートウェイ(玄関口)として外国人旅行者の誘致を強化し、新規市場の開拓やビジネス客の誘致など、新たな視点による幅広い施策展開を図っていく。
- 外国人旅行者を引き付ける観光資源の開発・発信を推進する一方、地域活性化に向けた魅力の創出、旅行者の満足度を高めるホスピタリティの向上など、東京の魅力を磨いていく。

4 本プランの目標

施策を推進していくための目標として、以下の数値目標を掲げる。

〔5年後の目標〕 ※目標年は平成29（2017）年

●旅行者数

訪都外国人旅行者数	現在(平成23年)	410万人	⇒	1,000万人
訪都国内旅行者数	現在(平成23年)	4.2億人	⇒	5.1億人

また、旅行者数を数値目標として掲げる一方で、観光の動向を把握するために、以下を参考としていく。

①平成29（2017）年における経済波及効果（観光による経済波及効果の将来推計）

		旅行者数	観光消費額	生産波及効果
	外国人旅行者	5.9百万人	4,585億円	10,198億円
	国内旅行者	4.6億人	4.1兆円	8.8兆円
平成22年(実績)		4.6億人	4.5兆円	9.8兆円
	外国人旅行者	10百万人	7,716億円	16,591億円
	国内旅行者	5.1億人	4.6兆円	9.8兆円
平成29年(推計)		5.2億人	5.3兆円	11.5兆円

②国際会議の開催件数（MICE¹誘致に関する指標）

●国際会議の開催件数 現在（平成23年度）153件 ⇒（平成29年度）250件

※「日本政府観光局（JNTO）2011年国際会議統計」におけるUIA（国際団体連合：Union of International Associations）の基準に基づく件数

※UIAの基準による国際会議は、①「国際機関・国際団体」の本部が主催又は後援した会議、②参加者数50名以上、③開催国を含む3か国以上（日本を含む）、④開催期間1日以上会議が対象

③外国人旅行者の満足度、リピート数など

都では、平成24（2012）年度から、成田・羽田の両国際空港において出国する外国人旅行者に対する広範なアンケート調査を実施しており、その結果を検証しつつ、旅行者の満足度やリピート数などについて、東京が目指すべき目標の設定を検討していく。

5 本プランの位置付け

都は、本プランの策定に先立ち、観光産業の持続的な発展に向け、時代の変化を的確に捉えた施策を検討する観点から、平成22（2010）年10月、東京都観光事業審議会に対して「東京の活力向上を図る観光振興の戦略的な取組」について諮問を行い、平成24（2012）年7月に答申を受けた。

本プランは、同審議会の答申とともに、東京の現状と都のこれまでの取組とを踏まえて策定しており、平成25（2013）年度から平成29（2017）年度までの5年間を計画期間として、都の取組の指針を示すものである。

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