

第2章

観光産業振興に向けた施策展開

- 戦略1 外国人旅行者誘致の新たな展開
- 戦略2 MICE誘致の推進
- 戦略3 魅力を高める観光資源の開発
- 戦略4 受入環境の充実
- 戦略5 人材の育成・活用

都は、以下に掲げる5つの戦略に基づく施策を推進し、世界の旅行者に選ばれる観光ブランド都市・東京、旅行者が何度訪れても楽しめる東京の実現を目指していく。そして、東京の国際競争力を高め、我が国全体の活力の向上にもつなげていく。


また、洗練された都市としての東京のブランド力に更に磨きをかけていくことは、平成32（2020）年の東京招致を目指すオリンピック・パラリンピック競技大会を、最も先進的で安全な都市における質の高い大会としていくためにも重要な要素になる。

観光産業振興に向けた5つの戦略

- 戦略1 外国人旅行者誘致の新たな展開
- 戦略2 MICE誘致の推進
- 戦略3 魅力を高める観光資源の開発
- 戦略4 受入環境の充実
- 戦略5 人材の育成・活用



重点的取組

今後の施策展開に当たり、特に重点をおいて取り組むべき事業を、「重点的取組」（本文中において  印がついた取組）と位置付け、以下にそれを掲げる。

戦略1 外国人旅行者誘致の新たな展開

(1) 戦略的なプロモーション

- **マーケティング機能の強化による戦略の構築**
誘致対象となる市場・旅行者層の嗜好、特徴的な行動パターン（行動特性）、消費行動等に踏み込んだ、きめ細かなマーケティングによる戦略を構築する。
- **多様なターゲットに向けたプロモーション**
ベトナム・インドネシアなどの新規市場の開拓、主流となっているFIT（個人旅行）や、再来訪（リピート）に向けたプロモーションを展開していく。

(2) 東京の魅力の積極的な発信

- **多様な媒体を活用した情報発信**
ツイッターやフェイスブックなどのSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）、ウェブサイトを活用し、海外の人々に対して、東京の観光情報をダイレクトに発信して、旅行者への関心や意欲を喚起する。
- **東京の魅力となる独自の資源やビッグイベントの活用**
伝統・文化、食、アニメ、ファッションといった東京独自の資源に関する情報発信、東京マラソンや東京国際映画祭など、ビッグイベントを活用した情報発信を推進する。

(3) 誘致を加速させる連携の推進

- **民間事業者等との幅広い連携**
観光事業者に加え、小売業や他のサービス業など、多様な事業者を含めた幅広い連携を推進し、海外におけるプロモーションを実施していく。
- **東京にとどまらない広域的な取組**
東京圏や首都圏（関東圏）など広域的な枠組みを視野に入れ、国や他の自治体との連携による共同プロモーションなど、相乗効果を発揮する取組を推進する。

戦略2 MICE誘致の推進

(1) 誘致に向けたプロモーションの強化

- **マーケティングによるMICE施策の基盤強化**
MICE誘致におけるマーケティング機能を強化し、誘致戦略を構築する。
- **積極的なプロモーションの展開**
ミーティングプランナーや海外メディア等の招聘、トレードショー（見本市）への出展など、プロモーションを積極的に展開していく。

(2) 誘致・開催をサポートするプログラムの充実

- **主催者のインセンティブを高める支援策の強化**
国際会議の誘致・開催助成を、主催者のニーズに合わせて柔軟に支援できるよう見直し、更なる誘致を図っていく。
- **MICEへの参加促進と参加者の満足度の向上**
大規模国際会議における都内観光ツアーや日本文化体験プログラムなど、参加者が東京の魅力やホスピタリティを体感できるプログラムを提供する。

(3) MICEを受け入れる環境整備

- **関連主体が連携したMICEの誘致**
MICE受入施設等が集積する拠点において、関連する主体による一体的な誘致の取組を促すとともに、ユニークベニユーの開発を促進していく。
- **新たなMICE拠点における環境整備**
臨海副都心を世界トップレベルのMICE・国際観光拠点としていくために、開発を促進していく。

(1) 地域振興の新たな展開

●外国人旅行者誘致に向けた資源開発

民間事業者等との幅広い連携や、地域に対する支援などにより、外国人に対する東京の資源を開発するとともに、その魅力を高め、海外プロモーションにつなげていく。

●観光による地域振興の発展段階に応じた資源開発

地域における資源の発掘から、付加価値の高い旅行商品の開発による誘客に至るまで、地域の取組の進み具合などに応じた支援を展開していく。

(2) 魅力ある都市景観の形成

●首都・東京に相応しい風格ある景観の形成

皇居周辺の風格ある景観誘導など、相応しい景観形成に取り組んでいく。

(3) 東京の産業や食を活かした観光

●地域における産業観光の推進

ものづくりや伝統工芸などを観光資源と捉え、産業を活かした観光スポットの整備、観光ルートの開発などの取組を支援する。

●東京の食を活かした旅行者誘致

伝統的な食文化、食を活かした地域の取組、豊富で多彩な飲食店など、食における東京の優位性に着目した資源開発、情報発信を積極的に推進していく。

●新たな潮流を捉えた展開

アニメや漫画、映像など東京独自の資源や産業により、行政区域を越えた観光ルートや旅行商品の開発など、旅行者を楽しませる仕掛けづくりを進める地域を支援する。

(4) 歴史・文化、スポーツ等を活かした観光

●歴史的・文化的資源を活用した観光

都選定歴史的建造物や都指定文化財の周辺地域における案内標識等の整備などを支援することにより、旅行者を引き付ける魅力的な観光エリアを構築していく。

(5) 水辺空間の魅力向上

●魅力ある舟運ネットワークの実現

新たな舟運ルートの開発や、ルート周辺地域の集客力ある取組を進め、舟運の活性化と旅行者の回遊性の向上を図っていく。

(6) 多摩・島しょ地域の特性を活かした観光

●自然等を活かした地域の取組の促進（多摩地域）

森林の眺望や景観を活かした観光ルートの整備や農業体験・特産品開発を推進するとともに、魅力的な市街地など都市の有する魅力を活かした地域の取組を支援する。

●島しょ間連携等の促進（島しょ地域）

旅行者ニーズに沿った情報発信・資源開発・受入環境整備を島しょ間連携により進めていくほか、世界自然遺産となった小笠原諸島などにおけるエコツーリズムを推進する。

戦略4 受入環境の充実

(1) ひとりでまち歩きが楽しめる都市の実現

- **ICT（情報通信技術）を活用した情報提供の充実**
東京を訪れている旅行者が手軽に観光情報を入手することができるよう、携帯情報端末やツイッター等のSNSを活用した環境整備などを促進していく。
- **多言語による観光案内標識等の設置**
旅行者の行動特性、地域特性などを踏まえた案内標識の設置を進めるとともに、交通事業者など民間における案内サインの整備を促進する。

(2) 旅行者を迎え入れる環境の整備

- **外国人旅行者を迎える仕組みづくり**
観光資源開発・受入環境整備において、新たな施策を短期的・集中的に投入するモデル地区を設定し、その支援と施策効果を測る仕組みづくりを行う。

(3) 旅行者の安全・安心の確保

- **宿泊施設等における外国人旅行者対応**
宿泊施設や観光協会等が外国人旅行者を的確に案内・誘導するための緊急・災害時対応マニュアルを策定するほか、帰宅困難者保護に向けた備蓄等を民間事業者に働きかける。

(4) 交通インフラの充実

- **航空需要への対応**
需要動向等を踏まえ、羽田空港の機能強化と更なる国際化の推進を国に働きかけていく。

戦略5 人材の育成・活用

(1) 観光産業振興につながる人材の育成

- **産学官連携による人材育成スキームの構築**
産学官の連携により、研修やセミナー、インターンシップなどの新たな観光人材育成スキームを検討していく。
- **地域を変えていく観光人材の育成**
地域の事情を踏まえ、観光の視点に立った地域づくりの担い手となるリーダーやコーディネーターを育成・活用していく取組を積極的に支援していく。

(2) 観光ボランティアの効果的な活用

- **旅行者の利便性の向上に向けた取組の強化**
都の観光ボランティアの活用を促していくため、国際イベント等の主催者や旅行事業者、メディアなどに対して情報を発信していく。
- **観光ボランティアのスキルアップを支える仕組みづくり**
観光ボランティアに対して、東京の最新情報の提供、ボランティア間での情報交換をする仕組みづくりなど、サポート体制の充実を図っていく。