

「東京都観光産業振興プラン～世界の観光ブランド都市・東京をめざして～」の概要

第1章 東京の観光振興の意義（総論）

◆ これまでの取組（H13～23年度）

◎「東京都観光産業振興プラン」策定(H13.11)、「同プラン」改定(H19.3)

主な実績
○訪都外国人旅行者 : H13 267万人 ⇒ H22 594万人【過去最多】
○経済波及効果(H22) : 観光消費額 4.5兆円 生産波及効果 9.8兆円
○訪都国内旅行者* : H16 3.7億人 ⇒ H22 4.6億人【過去最多】

主な施策
○海外プロモーションの実施 ○東京観光レップの設置
○ウェブサイトによる情報発信 ○東京フィルムコミッション
○観光まちづくりの推進 ○観光情報センターの設置、情報提供

※訪都国内旅行者 日本人の旅行者

◆ 観光を取り巻く状況

- 世界の旅行者は増加傾向（今後20年で9億人→18億人）
- 日本の外国人旅行者受入数は低水準（H22 世界30位、アジア8位）
- 日本の国際観光収支は大幅な赤字（H22 ▲147億米ドル）
- 国際的な旅行者誘致競争の激化、旅行者ニーズの多様化が進展

<東京の特性>

- 伝統、文化、食、自然等の多彩な資源
 - 快適・便利・安全などの質の高い環境
- 2面を併せ持つ、洗練された都市

◆ 新プランの基本的な考え方

<計画期間>

- 平成25年度から29年度までの5年間

<理念>

- 世界の旅行者に選ばれる観光ブランド都市・東京の実現
⇒ **東京ブランドの確立**
- 何度訪れても楽しめる東京の実現⇒ **東京ファンの獲得**

<施策展開の方向性>

- 日本のゲートウェイとして外国人旅行者誘致を強化。ビジネス市場や新規市場の開拓など、新たな視点による施策を展開
- 外国人旅行者を惹きつける観光資源の開発・発信。地域活性化に向けた魅力を創出し、満足度を高めるホスピタリティを向上

洗練された都市としての東京の魅力をさらに磨き上げ、
国内外の旅行者誘致を積極的に進める

◆ 目標（基準年 H23 ⇒ 目標年 H29）

- 訪都外国人旅行者 410万人 ⇒ 1,000万人
- 訪都国内旅行者 4.2億人 ⇒ 5.1億人

※目標達成により観光消費額 約5.3兆円、生産波及効果 約11.5兆円を見込む

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

- 旅行者層の嗜好、行動特性などをより詳細に分析した、きめ細かなマーケティングによる戦略の構築
- アジア市場を重視するとともに、新規市場開拓、FIT（個人旅行）・リピーターを重視したプロモーション
- ツイッター・フェイスブック等のSNSや、ウェブサイトなど、多様な媒体を活用した情報発信
- 共同プロモーションや観光ルート開発など、民間事業者・国・国内外の都市等との連携の推進

戦略2 MICE*誘致の推進

- OM、I、C、Eの各ターゲットに応じた誘致戦略の構築と積極的な誘致プロモーション
- 主催者のインセンティブにつながるコンベンション誘致・開催資金助成の拡充と、東京独自のアフターコンベンション・プログラムの開発
- 歴史的建造物や美術館等の文化施設などを「特別開催の場」とするユニークベニューの開発の促進
- 新たなMICE拠点の環境整備と、地域が一体的かつ強力に誘致・開催を進める体制の構築

戦略3 魅力を高める観光資源の開発

- 民間事業者等と連携した外国人旅行者を惹きつける観光資源の開発・発信
- 都市景観、水辺空間など、質の高い都市空間の創造
- 食文化、アニメやファッション等、新たな潮流を観光資源として活用する取組の強化
- 多摩、島しょなど、地域の特性を活かした資源開発等、地域活性化につながる取組への支援

戦略4 受入環境の充実

- SNSや公衆無線LAN、モバイルサイトなど、ICTを活用した情報提供の充実
- 道路、交通機関等における案内サインなどの多言語化の推進
- 宿泊施設等における緊急・災害時対応マニュアルの整備など、安心して過ごせる環境の確保

* 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

戦略5 人材の育成・活用

- 地域のまちづくり等を担うリーダー、コーディネーターの育成・活用
- MICEの専門人材の育成・活用
- 観光ボランティアの育成・活用

第3章 観光産業振興プランの実現に向けて

1 各主体の役割

- 国・都・区市町村・観光関連団体・民間事業者・都民・東京観光財団等の各主体がそれぞれの役割を分担
- 都の役割は、東京全体の視点による政策策定・施策展開、国内外における連携

2 東京の観光を支えていく考え方

- (1)各主体の連携による一体となった観光振興の推進
- (2)マーケティング機能の強化など、推進体制の強化
- (3)本プランの推進のため、宿泊税を今後も活用

※第4章は、「これまでの観光振興策の成果」を記載（本資料の冒頭を参照）