

# 答申骨子案（震災前の時点における到達点）【概要版】

※本案は確定版ではありません。

資料2

平成23年8月9日  
東京都観光事業審議会

## I 東京の観光振興の意義

### 1 背景

- 「観光」を通じてもたらされるもの
  - ①消費、投資による地域経済の活性化
  - ②地域住民の地元への愛着や誇り
  - ③自主的な取組による地域の活力向上
  - ④地域、国際間の交流の活発化による相互理解の促進

⇒成長の柱として「観光」の役割は重要。

### 2 東京の特性

- 伝統と最先端の文明との共存・融合
  - 食やアニメなどの多彩な文化の存在
  - 多様な魅力が溢れる世界有数の都市
- ⇒日本のリーダーとしてその機能と魅力を更に高めていくことが必要。

### 3 東京における観光振興の必要性

- 確実に増加する外国人旅行者の誘致・獲得
  - 新たな雇用機会や需要の創出・拡大
- ⇒東京は日本全体の観光振興の牽引役。東京は今後も持続的に成長。

## II 近年の観光を取り巻く社会情勢変化

- 国を挙げた観光立国の体制強化
  - ・観光立国推進基本法の施行（19年1月）
  - ・観光庁の発足（20年10月）
- メディアの多様化
  - ・情報の多様化（動画・ロコミサイト、ツイッター、フェイスブックなど）
- 旅行者誘致における都市間競争の激化
  - ・アジアなど海外主要都市の台頭
- 旅行者ニーズの多様化
  - ・個人旅行の増、ネットでの直接予約等
- 観光まちづくりの概念の普及
  - ・観光＝地域活性化の手法との認識へ
- 航空状況の変化
  - ・空港容量の拡大、LCCの参入など
- 新規有望市場の台頭
  - ・ビザ発給要件緩和による中国人旅行者の増加、東南・南アジア市場への注目
- 為替レートの変動
  - ・この数年における円高の進展

## III 観光施策推進における現状と課題

### 1 多様化する旅行者ニーズに対応した資源開発

- テーマ性に沿った観光資源の不足
- 多様化するニーズへの対応が不十分
- 様々な資源を繋ぐ機能が弱い

### 2 旅行者が快適に旅行できるための環境整備

- 快適さを感じられる受入体制の不足
- 外国人の不安要素の一つが言語
- 観光都市としての意識が希薄

### 3 旅行者のニーズや新たな行動特性を踏まえたアプローチ

- 詳細な市場調査やニーズ把握が必要
- 旅行目的地としてのイメージとPRが不十分
- 多様化するメディアの活用が不十分

### 4 MICEによる東京のプレゼンスの向上

- 支援策・体制・施設等が不十分

### 5 観光人材の育成

- 東京の観光を担う人材の不足

### 6 東京の観光振興を進める実施体制

- 各主体の連携による相乗効果が必要

### 7 指標の設定及び観光統計の整備

- 客観的な情報や効果把握手法が未確立

## IV 観光の視点による東京の将来像

- 1 旅行した経験をより多くの人と共有したくなる都市
- 2 外国人旅行者も自国にいるのと同じように快適に過ごせる都市
- 3 旅行目的地として行きたいと思わせる都市
- 4 観光を支える人材力に溢れる都市
- 5 民間・都民・行政が総力を結集して観光振興に取り組む都市

## V 施策提言（案）

### 戦略1 何度訪れても楽しめる、新たな魅力の創出

- 東京の顔となるイメージ、象徴するイメージの明確化
- 新たな付加価値、多摩・島しょを含めた独自の資源等による誘客
- 点在する資源を繋ぐことによる広域的な地域浮揚 など

### 戦略2 旅行者目線に立った受入環境の充実

- 街なかで様々な情報を簡単に手に入れることのできる環境整備
- 旅行者の誰もが障壁を感じない、快適で安心な環境づくり
- 旅行者に優しいホスピタリティ溢れる対応 など

### 戦略3 旅行目的地としての東京のイメージの確立と効果的な情報発信

- 有望な市場への効果的なアプローチに資する調査・分析
- 対象市場における統一イメージによる継続的なPRキャンペーン
- 最新のICTによる観光情報の発信、海外メディアの活用 など

### 戦略4 外国人旅行者に着実に到達し、東京訪問の流れをつくるプロモーション

- 旅行者の行動特性等を踏まえた効果的・継続的なプロモーション
- 現地の動向、海外都市の誘致策も勘案した積極的な施策展開など

### 戦略5 海外主要都市に負けないMICE都市・東京プログラムの推進

- プロモーション展開、伝統・文化等による支援メニューの創出
- 誘致・開催を支える体制・施設の充実、整備等の検討・実施など

※MICE（マイス）：Meeting（企業会議）、Incentive（企業の報奨旅行）、Convention（学協会系会議）、Exhibition（イベントや展示会）の総称。

### 戦略6 東京の観光を牽引する人材力の確保

- 東京の観光・観光産業、まちづくりを担う人材の育成と活用
- グローバル化に対応した、国際的な人材を幅広く育成 など

### <施策を推進するために必要な事項>

#### ★ 国・民間をはじめとした各主体との一体的取組

- 国・自治体・民間・都民等の総力を結集した協働 など

#### ★ 観光の実態を捕捉するツールや体制の整備

- 量的側面に加え、質的側面による成果指標の設定
- ニーズ・動向を把握・分析し、具体的施策に反映 など

#### ★ 財源の確保

- 宿泊税は観光振興に活用しつつ、用途を含めたあり方を検討