

## I 東京の観光振興の意義

### 1 観光がもたらす効果

- ①交流人口の増加による経済の活性化
- ②魅力ある地域づくりを通じた地域の活性化
- ③都市としての地位の向上
- ④地域交流・国際交流の活発化による相互理解の促進
- ⑤観光の視点に立つことによる、質の高い都市の創造

### 2 東京における観光振興の必要性

- 観光振興による経済波及効果の創出
  - ・観光産業は裾野が広く、経済活性化、雇用の拡大に寄与。
- 世界的に増加している旅行者の取り込み
  - ・交流人口拡大による経済効果、都市としての地位向上を期待。
- 「日本のゲートウェイ」としての役割を果たす
  - ・訪日外国人旅行者の約7割が訪問する東京の役割は重要。
- 国際旅行収支不均衡の解消
  - ・インバウンドの増加に向け、東京は存在感を発揮すべき。
- 地域振興に向け、そのポテンシャルの発揮
  - ・資源の宝庫である東京こそ、観光の視点に立った取組が重要。

東京が「日本の観光振興の牽引役」となって、日本全体の将来に向けた成長を支えていくべき

## II-1 観光を取り巻く近年の社会情勢等の変化

- 有望市場の台頭と旅行者誘致をめぐる都市間競争の激化
  - ・海外主要都市は豊富な財源・体制により強力な誘致施策を推進。
- 旅行者ニーズの多様化
  - ・個人旅行へのシフトが進むとともに、旅行者の嗜好も多様化。
- 情報流通ルートの多様化・ICTによる技術革新
  - ・ウェブサイト、携帯情報端末等により観光情報が迅速に流通。
- 航空状況の変化
  - ・羽田空港国際化などによる利便性の向上、LCCの勢力拡大。
- 観光まちづくりの概念の普及
  - ・「住んでよし、訪れてよし」の精神による地域の意識の変化。
- 人口減少・少子高齢化の進展
  - ・地域の活力向上のためには、観光による交流人口の拡大が急務。
- 急激な為替レートの変動
  - ・短期間における為替レートの変動は、旅行者の動向に影響。
- 国をあげた観光立国に向けた取組の強化
  - ・観光立国推進基本法の施行(H19年)、観光庁の発足(H20年)。
- ★東日本大震災による影響
  - 旅行者の大幅な減少
    - ・平成23年 訪日外国人旅行者数622万人（対前年 27.8%減）
    - ・観光産業への大きな影響（宿泊稼働率、旅行取扱状況の悪化）

## II-2 東京の観光振興施策における課題

### 1 現在の外国人旅行者誘致は、ダイナミックに変化する旅行者の動きに未だ十分に対応できていない

- マーケティングを踏まえた効果的な施策展開が不十分。
- 都市全体を象徴するイメージが不鮮明。
- 東京単独でのプロモーションに終始。

### 2 外国人旅行者の誘致に当たっては、ビジネス市場を視野に入れた対策も必要である

- MICEに対する支援策や体制は未だ脆弱。
- 経済波及効果など、そのプレゼンスが確立されていない。
- 東京の強みが、MICE誘致・開催に活かされていない。

### 3 観光を通じて地域を活性化する取組が未成熟である

- 観光の視点から地域を活性化しようとする動きが弱い。
- 特色ある地域のイメージが不鮮明。
- 地域に旅行者を呼び込むための仕組みの検討が必要。

### 4 あらゆる旅行者が満足する受入環境が十分に整っていない

- 外国人旅行者の不安要素の一つが「言語が通じない」。
- 旅行者が自由に情報を得やすい環境が十分に整っていない。
- 旅行者に対する安全・安心への取組強化が求められる。

### 5 観光に関わる人材の育成は、未だ発展途上である

- 海外と比較して観光の人材育成は発展途上。
- 地域に密着した担い手が求められている。
- 国際感覚を備えた人材の育成が未だ十分ではない。

### 6 観光振興に向けた取組体制は、海外主要都市に大きく遅れをとっている

- 関係する様々な主体が必ずしも密接なものとなっていない。
- 官民が一体となり、柔軟かつ機動的な取組体制が弱い。

### 7 観光に関する調査・統計は、東京の実態を捉えきれていない

- 観光振興の成果把握は、これまで量的指標（旅行者数）のみ。
- 旅行者誘致に係る海外での調査は、対象市場が限定的。
- 東京の観光の状況把握・分析体制は十分整備されていない。

## III-1 観光の視点による東京の将来像

### 1 観光が成長を牽引する都市

- 東京の重要な産業として、観光がその経済成長の一翼を担っている。
- 観光の視点に立った都市づくりが東京の発展を支えている。

### 2 世界の旅行者に選ばれるプレゼンスの高い都市

- 世界に「東京ブランド」が浸透している。
- 東京を訪れたいと感じる「東京ファン」が増え続けている。
- 国際会議やイベントが常に開催され、多くの人々が東京を訪れている。

### 3 東京で過ごすすべての人が魅力を感じる都市

- 人々が満足感や幸福感を得て、誇りや愛着を感じられるまちとなっている。
- 訪れる人が、そこに住みたくなるまちとなっている。
- 人々の間に活発な交流が生まれ、常に新しい価値が創造されている。

### 4 あらゆる旅行者が安心して快適に過ごせる都市

- 旅行者が常に快適に過ごせる環境が整備されている。
- 緊急・災害時における旅行者への支援体制が確立している。

### 5 誰もが観光の担い手として活躍する都市

- 東京の観光を支える様々な人材が育ち、活躍している。
- ホスピタリティが都民に深く浸透している。

## III-2 東京の観光振興における施策提言

→ 詳細は別紙1・2

戦略1 質量ともに充実した効果的な外国人旅行者誘致策の展開

戦略2 誘致競争を勝ち抜くMICEプログラムの構築

戦略3 地域資源を活用した旅行者への価値の提供

戦略4 旅行者目線に立った、きめ細かな受入環境の充実

戦略5 東京の成長を牽引していく観光を支える人材力の確保

## IV 施策を推進するために必要な事項

→ 詳細は別紙2

1 東京が総力をあげた観光振興の推進

2 観光の実態をより効果的に捕捉する機能の充実

3 東京の観光施策を支える財源の確保