

PRIME 観光都市・東京

～東京都観光産業振興実行プラン2018～（概要）

1 策定の意義（P1）

- 観光を巡る環境の変化に迅速かつ的確に対応していくことがより必要な状況
- 今後の様々な観光施策を総合的かつ体系的に取りまとめていくことが必要

「東京都観光産業振興実行プラン2017」

「東京都観光産業振興実行プラン2018」を策定

- 観光を取り巻く環境の変化を分析し、それに対応する施策を検討
- PDCAサイクルの考え方にに基づき、施策の進捗状況や課題を検証しプランに反映

2 観光を巡る現状（P2～）

- 外国人旅行者数の急増 ⇨ この10年間で約2.7倍に増加
- 旅行による消費の動向 ⇨ 訪都外国人の消費額は減少し、消費行動が変化
- 拡大する宿泊需要 ⇨ 宿泊施設の稼働率は約8割と高い水準で推移
- 外国人旅行者の受入環境整備状況 ⇨ 外国語対応能力などに課題
- 多摩・島しょ地域における旅行者数の状況 ⇨ 都心以外への送客に課題

3 これまでの取組の検証（P14～）

- PDCAサイクルの考え方にに基づき、これまでの施策展開や実績を確認し、今後の方向性を提示

4 今後の取組の視点（P28～）

- (1) 観光の有力産業化：観光産業の生産性の向上や人材育成 など
- (2) 新たな観光資源の開発：新たな視点に立った魅力的な観光資源の開発 など
- (3) 魅力発信と効果的な誘致活動：東京の魅力を磨き上げ国内外に発信 など
- (4) 受入環境の充実：受入環境のきめ細やかな充実 など
- (5) 東京の様々な主体の連携強化：民間事業者、国、区市町村との連携強化 など
- (6) 東京2020大会とその先を見据えた観光振興：東京の魅力の向上や日本各地の活性化 など

5 本プランにおける数値目標（P32～）

○国内外からの**旅行者数**、**外国人リピーター数**や**消費額**について設定

○新たに**市場別の訪都外国人旅行者数**の目標（2020年）を設定

【欧米豪】500万人【東アジア】1,550万人【東南アジア+インド】370万人

6 観光産業振興に向けた今後の施策展開（P35～）

1 消費拡大に向けた観光経営（P36～）

- インバウンド消費を**安定的に継続**して取り込むため、**外国人材活用**に向けた支援を実施
- **外国人旅行者**に向けた、**芸能や文化**等に関する**情報**の**一元的な発信**を検討

2 集客力が高く良質な観光資源の開発（P44～）

- **ライトアップ**や**プロジェクションマッピング**等による演出を活用する取組を支援
- **ナイトライフ観光**の充実に向け、外国人旅行者の**ニーズ**や**海外**の取組事例などを**調査**
- **各島の観光資源**を「**宝物**」として**ブランディング**する取組を支援

3 観光プロモーションの新たな展開（P56～）

- **アイコン**を活用して**東京の魅力**をPRし、民間と連携して**旅行者受入機運**を醸成
- 訪都外国人旅行者数の増加が期待できる**新たな国・地域**での**旅行者誘致**の取組を開始
- **欧米地域**の**富裕な旅行者層**に対する**戦略的プロモーション活動**を実施

4 MICE誘致の新たな展開（P64～）

- **ユニークベニュー**利用に関し**ワンストップ**で**総合的な支援**を行う**窓口**を設置
- **ユニークベニュー**の**受入環境**の充実、**ウェブサイト**開設などによる**魅力発信**の強化

5 外国人旅行者の受入環境の向上（P74～）

- **観光ボランティア**の**活動エリア**（新宿・上野・浅草・銀座）の**拡大**
- **外国人旅行者**の**目線**を踏まえた「**GO TOKYO**」の**コンテンツ**の充実
- **外国人**、**障害者**等あらゆる人が**快適な旅行**を楽しめる**環境**の整備

6 日本各地と連携した観光振興（P85～）

- **ラグビーワールドカップ2019™**を契機とし、**国内開催都市**と**連携したプロモーション活動**などを実施