

## 第Ⅰ章 新たなプランの策定にあたって

## プラン策定の意義

- 新型コロナによる水際対策が終了し**新たなフェーズ**における施策が求められていることや観光を巡る**動向の変化**を踏まえ、**観光施策の再構築**が必要
- **2024~2026年度**の3か年に係るプランを策定。観光都市としての国際競争力を強化し「PRIME観光都市・東京」を実現

## 観光を巡る動向

- 世界の**国際観光需要**は回復しており、2023年12月の訪日外国人旅行者数は2019年同月を上回る水準
- **宿泊業等**において、**人材需給のひっ迫**や、**DX**の取組状況、**収益力**が課題
- 個人の志向・関心等により**旅行のテーマや目的が多様化**。観光に**サステナビリティ**を求める意識は世界的な高まり

## 第Ⅱ章 今後の観光産業振興の考え方

## 基本方針

- ◎ **復活した観光需要の積極的な取り込み**：東京の魅力の磨き上げ・発信により観光客を世界中から積極的に呼び込み、観光消費を拡大
- ◎ **観光における持続可能性の確保**：経済の活性化や自然環境・文化の保全、住民と旅行者の良好な関係作りなどバランスの取れた観光を推進
- ◎ **観光産業の基盤の強靱化**：宿泊業における人材不足をはじめとした観光産業の課題への対策を講じ、観光産業の一層の成長を確固たるものに

## 取組推進の視点

- **東京ならではの質の高い観光体験の提供と発信**：東京の特色を活かし、食、文化、ナイトタイム観光を重点的に強化 など
- **観光客へのサポート機能の向上**：東京の観光公式サイトを通じたエンターテインメント等のチケット購入の円滑化 など
- **日本各地との連携の促進**：関西自治体と連携した相互送客プロモーションの実施 など
- **サステナブル・ツーリズムの一層の推進**：観光客のマナー啓発、サステナビリティの確保に係る国際的な認証取得の支援 など
- **観光関連事業者の経営力強化への支援**：観光関連事業者における人材確保、DXの推進、収益力の向上の支援 など

## 主な政策目標

	2030年目標	2026年目標
訪都外国人旅行者数	3,000万人超	2,000万人
訪都国内旅行者消費額	6兆円	5兆3,000億円
訪都外国人旅行者消費額	2兆7,000億円超	1兆8,000億円
国際会議開催件数の順位（都市別）	世界3位以内	世界5位以内
東京の文化的環境を楽しんでいる人の割合	70%	60%

## 第三章 主な施策展開

### 戦略1 東京の特色を活かす観光振興

「食」の魅力の強化	東京の <b>食の魅力</b> の様々な側面について、 <b>海外へ発信を強化</b> ヴィーガンやハラールなど <b>食の多様性への対応の支援</b> など
文化資源の活用促進	<b>地域の文化資源</b> を活用した観光振興の取組への支援 「 <b>アニメ東京ステーション</b> 」を活用した誘客 など
ナイトタイム観光の促進	<b>プロジェクションマッピング</b> の更なる展開 <b>地域の特色</b> を活かした <b>夜間のイベント実施等</b> へのサポート など
多摩・島しょ地域の観光振興	<b>自然</b> などの地域資源を活かした <b>体験型コンテンツ</b> の開発等への支援 年間を通じて <b>安定的な集客</b> を目指す取組の支援 など
より快適な観光を実現するための環境整備	<b>バリアフリー情報発信</b> の利便性向上を図る取組へのサポート 東京の観光公式サイトを通じた <b>チケット購入の円滑化</b> <b>年齢や障害の有無に関わらず自然</b> を楽しめる <b>体験型観光</b> の推進 観光ボランティアの <b>聴覚障害者への対応力向上</b> など
新たな観光テーマの開拓	今後ニーズが高まる可能性のある <b>新たな観光テーマ</b> の探求 東京の <b>先進的なサービス</b> を <b>体験するモデルコース</b> の作成 など

### 戦略2 プロモーションの新たな展開

戦略的な海外プロモーションの推進	<b>成長見込市場</b> へのプロモーション強化 高い <b>観光消費</b> を見込める旅行者の <b>誘客</b> の推進、 <b>東京ブランド</b> の発信 など
デジタルマーケティングの強化	<b>個人の志向・関心等</b> による <b>旅のテーマや目的の多様化</b> に対応した <b>きめ細かいプロモーション</b> を実現するための <b>データ集約・分析基盤</b> の構築 など
日本各地との連携の促進	<b>関西自治体</b> との <b>相互プロモーション</b> の実施 東京に滞在しながら <b>都外の観光地</b> を訪問する旅行についての発信 など
ビジネス交流の拡大	<b>ユニークベニュー</b> の活用促進、 <b>サステナビリティ</b> に配慮した <b>MICE開催</b> の支援 など

### 戦略3 持続可能な観光地域経営の推進

観光関連事業者の経営力強化	観光産業の <b>魅力発信等</b> を通じた <b>人材確保支援</b> 、 <b>デジタル化</b> による <b>業務効率化支援</b> など
地域における観光まちづくりの推進	<b>地域の多様な主体</b> が取り組む誘客への支援 観光関連事業者の <b>災害対応力強化支援</b> など
サステナブル・ツーリズムの推進	旅行者の <b>マナー啓発</b> や、 <b>住民の旅行者受入気運の醸成</b> <b>サステナビリティ</b> 確保の取組に係る <b>国際認証取得のサポート</b> など