

# 台東区の観光復活に向けた方針

令和4年3月

台東区

## ○ 目 次

### I 方針の基本的な考え方

1	方針策定の背景	4
2	方針の位置づけ	4
3	施策展開の考え方	5
4	目標とする姿、理念	6
5	基本方針	6
6	目標指標	7

### II コロナ禍が観光に及ぼす影響

1	区内観光関連事業者の現状把握	9
2	アンケート結果(事業者)	10
3	ヒアリング結果(観光関連団体・学識経験者)	16
4	コロナ禍によって変化した旅行者ニーズ	17

### Ⅲ 施策体系

基本方針 (1)区内観光事業者の「稼ぐ力」を高める .....	20
基本方針 (2)区民の生活向上を意識した観光基盤づくり .....	22
基本方針 (3)誘客の分散化と量の観光から質の観光への転換 .....	24

### Ⅳ 方針の推進に向けて

1 方針の推進体制について .....	26
2 新たな観光推進組織について .....	26
3 進捗管理について .....	26

# I 方針の基本的な考え方

## 1. 方針策定の背景

観光振興は、地域の活性化、歴史の再認識や文化の発展などに大きな意義がある。経済的な側面においては、関連する産業分野の裾野が広く、地域経済の発展に広く寄与することから、国も雇用創出や地域産業活性化などによる地方創生への主要な取り組みとして、観光振興を押し進めてきた。

2019年12月に発生した新型コロナウイルス感染症は、世界の人々の生活を大きく変え、インバウンド旅行者の消失や緊急事態宣言の発出等により、交通・宿泊をはじめとした観光関連産業はかつてない大打撃を蒙っている。

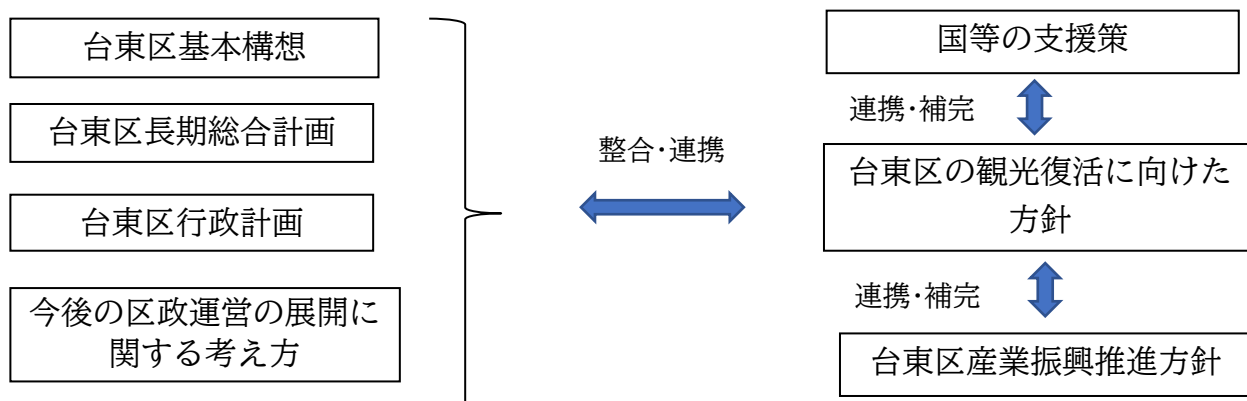
「令和2年台東区観光統計分析」においても、令和2年の本区の観光客数は1,631万人(内、外国人観光客数は145万人)と推計された。調査手法の変更により単純比較は出来ないものの、前回平成30年と比較すると、3,952万人の減(外国人観光客808万人の減)となっている。また令和2年の観光消費額は1,263億円となり、前回平成30年と比較すると3,751億円の減となるなど、本区の観光は厳しい状況にある。

## 2. 方針の位置づけ

台東区では、これまで観光ビジョン(平成13年)、新観光ビジョン(平成22年)、観光振興計画(平成28年)と、観光振興に係る計画を策定してきた。令和2年度末までを計画期間とする直近の観光振興計画は、訪日外国人旅行者6,000万人(\*1)を目指す国の観光立国推進に沿ったものであり、各種イベント開催や海外シティセールスなど、現在のコロナ禍の状況においては実現が難しい事業も多く含まれていた。

本方針は、これまでの観光振興計画を見直し、本区の観光を復活させるため真に必要な施策を戦略的に体系化したものであり、感染状況の変化等に応じて適宜施策に修正を加えていく。当面は、本方針を観光施策の基本として、令和4年度に修正する台東区長期総合計画や、新たに策定する台東区行政計画において、観光の復活に向けた施策、事業を具現化していく。

(\*1) 安倍内閣「明日の日本を支える観光ビジョン」2030年目標値



### 3. 施策展開の考え方

現在、新型コロナウイルス感染者数や国内外の旅行動向に関する予測を立てることは極めて困難であり、感染状況のレベルが後退することも考えられるため、感染状況に応じて、各レベルにおける取り組みを可能な限り前倒しで実施していく。

感染状況のレベルは、国の新型コロナウイルス感染症対策分科会が示す「新たなレベル分類(令和3年11月8日付)」並びに東京都の新型コロナウイルス感染症対策本部会議が示す「レベルごとに想定される措置(令和3年11月25日付)」を基準とし、新たな基準が示された場合には順次修正を行う。

#### 【感染状況のレベル】

	新たなレベル分類	レベルごとに想定される措置	主力市場
感染収束	<b>【レベル4】</b> 「コロナ医療への対応ができない」 一般医療を大きく制限してもコロナ医療に対応できない	・飲食店等への休業要請 ・都立施設の休館 ・イベントの開催制限 (各レベルにおいて実施)	国内(マイクロツーリズム・近隣)※順次拡大
	<b>【レベル3】</b> 「一般医療の制限」 一般医療を制限しなければコロナ医療に対応できない	・緊急事態宣言発出 ・まん延防止等重点措置適用 ・飲食店等への時短、人数制限の要請、酒類提供停止 ・都立施設の原則休館	国内(都内・関東近県)
	<b>【レベル2】</b> 「新規陽性者が増加傾向」 新規陽性者が増加傾向だが、病床増で対応できている	・緊急事態宣言解除 ・まん延防止等重点措置解除 ・飲食店等への時短、人数制限の要請 ・一部都立施設の休館や人数制限の実施	国内(都内・関東近県)
		・飲食店等への人数制限の要請 ・都立施設の人制限の実施	国内(日本全域)
	<b>【レベル1】</b> 「安定的な医療の確保」 一般的な医療とコロナ医療に対応できている	・基本的感染防止対策の徹底 ・人数制限の協力依頼 ・感染防止対策を実施の上で施設開館	国内+海外(訪日客入国制限一部緩和)
<b>【レベル0】</b> 「新規陽性者ゼロ」 新規陽性者数ゼロを維持	・訪日客入国制限の解除	国内 + 海外(訪日客入国制限解除)	

#### 4. 目標とする姿、理念

平成28年策定の観光振興計画における、目標とする姿「本物に会えるまち」と理念「観光の持続的発展」を本方針においても引き続き掲げる。

この目標と理念に基づき、コロナ禍からの復活を図り、地域経済を活性化し、区民生活の向上につなげていくとともに、すべての観光客が満足し、区民が愛着や誇りを持てる観光地を実現していく。



#### 5. 基本方針

今後の区政運営の展開に関する考え方 柱Ⅳ

『まちの活力を取り戻し、持続的な発展につなげる』の実践

誰もが安全安心に滞在できる環境の整備や、地域産業の活性化、文化資源を活かした誘客の促進などの取り組みにより、まちの活力を取り戻し、持続的な発展につなげる。

##### (1) 区内観光事業者の「稼ぐ力」を高める

観光客の激減により、区内観光関連事業者は経営的な苦境に陥っているため、直接的に地域の稼ぐ力を引き出す事業を優先的に実施する。

##### (2) 区民の生活向上を意識した観光基盤づくり

良好な景観や快適に観光できる環境など、区民生活の向上にも資する視点から観光基盤づくりを進め、区民と観光客の双方の満足度を高めるよう取り組む。

##### (3) 誘客の分散化と量の観光から質の観光への転換

インバウンド観光客の回復などにより、過密状態が発生しないよう、観光客を分散させるように誘導を図る。

また、国内外の富裕層やアフターMICEなど、観光消費を優先した顧客の誘致を強化し、量の観光から質の観光へと転換を図る。

## 6. 目標指標

### (1) 観光客の意識

国内外を問わず観光客の意識やニーズは、コロナ禍によって大きく変わっている。特に、新型コロナウイルスの感染予防徹底など衛生環境の向上に対しては、厳しく評価されることが予想される。また、これまで以上に健康志向や環境への配慮など、SDGsに関連した意識の変化にも対応が必要である。

目標指標	現状(平成30年度)	目標(令和5年度)
① 台東区を訪れて満足した観光客の割合	99.5%	維持・向上
② 台東区を再び訪れたいと思う観光客の割合	97.8%	維持・向上

※平成30年度台東区観光統計・マーケティング調査結果より

#### 【観光分野におけるSDGs】

観光分野におけるSDGsとの関係は、特に経済成長と雇用に関する「目標8.9」、消費と生産に関する「目標12b」、海洋資源に関する「目標14.7」において、観光の役割が明記されたターゲットが設定されている。また、国連世界観光機関(UNWTO)は、「観光は、すべての目標に対して直接的、間接的に貢献する力があり、持続可能な開発目標の達成に向けて、重要な役割を担っている」と宣言している。

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



## (2) 区民の意識

観光を持続的に発展させるためには、観光客に対する区民の理解が必要であり、さらには、区民が愛着や誇りをもてる観光地であり続けることが重要である。常に区民の意識やニーズを把握しながら、本区の紹介意欲や観光基盤整備に対する評価を向上させる。

目標指標	現状(令和3年度)	目標(令和5年度)
① 観光客が増えることに対して好意的な区民の割合	85.5% 参考 67.8%(令和元年度)	向上
② 台東区を魅力ある観光地として紹介できると思う区民の割合	80.2% 参考 79.4%(令和元年度)	向上
③ 観光基盤を整備することが区民生活の向上に寄与すると思う区民の割合	91.9% 参考 88.7%(令和元年度)	向上

※令和3年度「区民の意識調査結果」より  
コロナ禍による観光客の激減により、区民の意識も変化してきている。

## (3) 観光統計指標

区内観光振興による地域経済への影響など、基本となる観光統計指標については、継続的に調査を行う。目標値としては、平成30年度の数値程度までへの回復とし、観光消費額については更なる増加を目指す。

目標指標	現状(令和2年度)	目標(令和5年度)
① 年間観光客数	1,631万人 参考:5,583万人(H30年度)	回復
② 年間観光消費額(推計)	1,263億円 参考:5,014億円(H30年度)	回復・増加
③ 年間宿泊観光客数(延べ)	223万人 参考:824万人(H30年度)	回復

※令和2年(2020)「台東区観光統計分析」より

その他、以下の数値等を調査し、観光動向を把握していく。

- 平均滞在時間、滞在時間3時間以上の割合
- リピーター率
- その他、観光マーケティングに関する事項



## Ⅱ コロナ禍が観光に及ぼす影響

### 1. 区内観光関連事業者の現状把握

令和3年11月から12月まで、区内の観光関連団体並びに観光関連事業者に対して、意見交換会、ヒアリング、アンケートを実施した。

#### 回答数

種別	件数
事業者数	124
観光関連団体	7
学識経験者	1

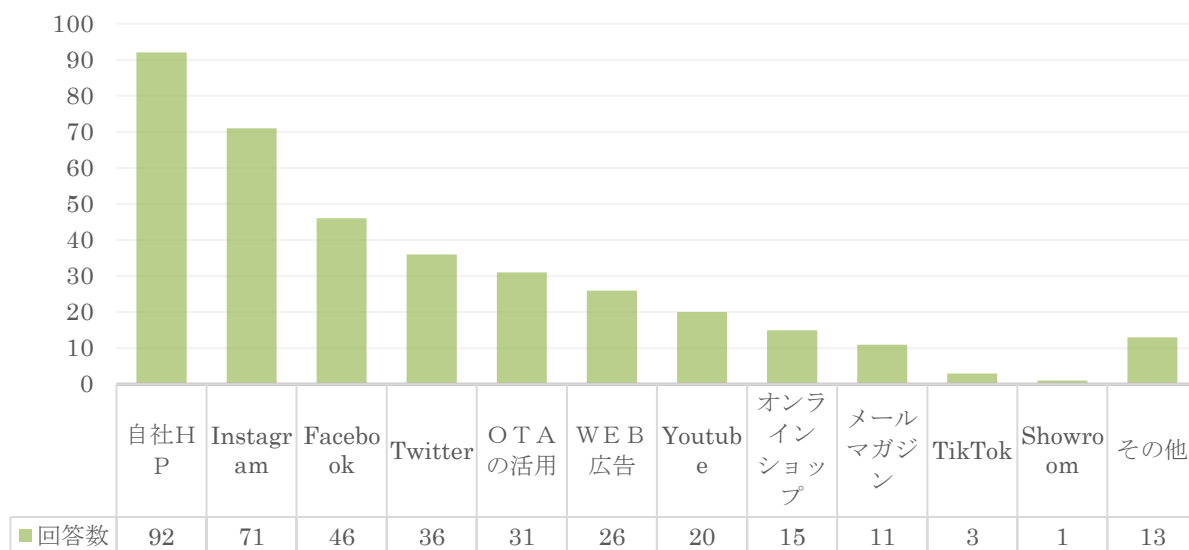
#### 業種

業種	回答件数
製造	11
卸・小売	48
サービス・体験	14
飲食	21
宿泊	26
その他	16

※複数の事業を展開する事業者が含まれるため、事業者数とは一致しない。

## 2. アンケート結果(事業者)

Q1 顧客獲得、売上アップ、認知向上のために取り組んでいることがあればお選びください(複数回答可)



「その他」の内容(自由記述)

- ・通信販売の拡張
- ・所属商店街の情報発信、地元商店会との協力
- ・ポスティング、ダイレクトメール
- ・自社オークション開催

自社HP、InstagramなどのSNSを利用している事業者が多い。また、自社オークションの開催や通信販売の拡張など、厳しい状況下でも工夫した取り組みを行っている事業者も見られる。

Q2 【異業種連携について】異業種で連携した取り組みをされていればお答えください  
(自由記述)

Q2-1) 連携をしている事業者の業種をお答えください

Q2-2) 連携内容を具体的にご記入ください。

Q2-3) 機会があれば商談をしてみたい業種・企業はありますか？

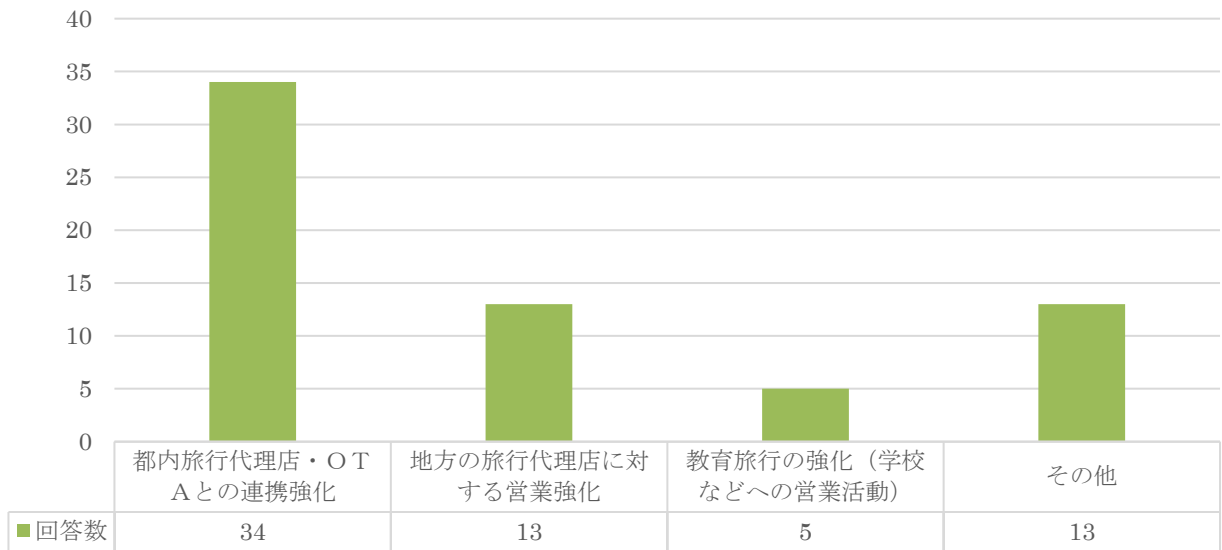
〈一部抜粋〉

回答率 24.19%(30/124 件)

サービス・体験	
人力車	A2-1) 宿泊施設、アミューズメント施設、OTA A2-2) セットプラン、OTAでの販売 A2-3) 飲食店、服飾メーカー、食品メーカー、旅行会社、印刷会社
着物 レンタル	A2-1) 人力車、飲食店 A2-2) 相互の集客案内、ショップカードの設置 A2-3) ホテル、他の体験・サービス業
製造	
伝統工芸	A2-1) 旅行会社 A2-2) 日帰りツアー A2-3) 観光業種
伝統工芸	A2-1) 商業施設、ホテル、旅行会社 A2-2) プラン増設 A2-3) 海外の学校、日本語学校
宿泊	
ホテル	A2-1) 飲食 A2-2) クーポン利用の連携、宿泊パック、飲食店の出前サービス A2-3) 新たな飲食店
卸・小売	
商業施設	A2-1) 人力車 A2-2) 福袋等の企画 A2-3) 地元菓子店、行政

連携をしている2割強の事業者が、すでに多岐にわたる異業種との連携をしている。連携内容はセットプランや相互紹介といった内容がよく見られる。機会があれば商談をしてみたい業種・企業については、アパレルメーカーや公共交通等の固定店舗を持たない業種への希望も見られる。

Q3 国内旅行者の獲得強化について取り組まれていることがあればお答え下さい。(複数回答可)

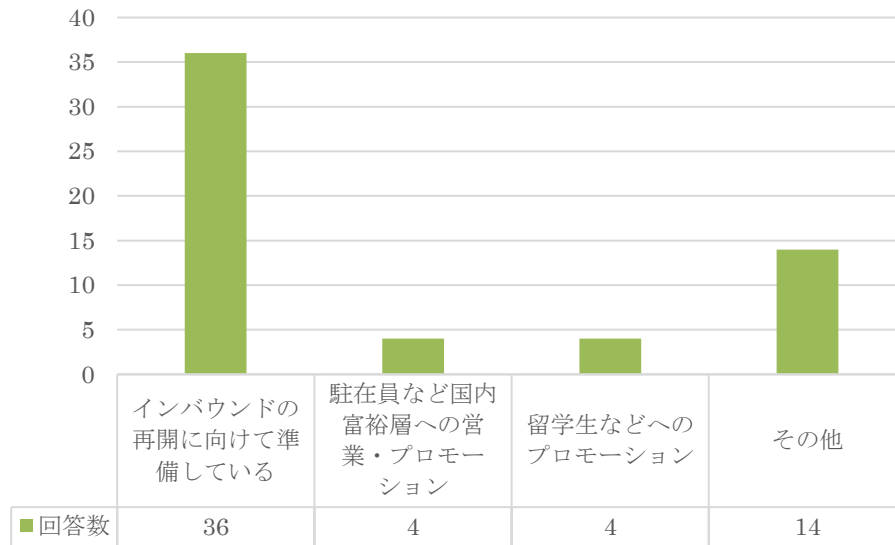


#### 「その他」の内容

- ・ SNSでの情報発信
- ・ HPや掲示内物を日本語仕様に変更
- ・ アニメやコスプレのファン向け企画への参加

インバウンド向けから日本人対応への変更や、アニメコンテンツやコスプレなどの未開拓の客層に向けた企画の参加など、新たな分野での顧客獲得に向けた取り組みをしている事業者の存在が伺える。

Q4 外国人観光客の獲得に向けて取り組んでいることがあればお答えください(複数回答可)



「インバウンドの再開に向けて準備している」の内容(自由記述)

- ・ 人員確保、技能実習生の受入れ営業、外国語スタッフの拡充
- ・ 表示方法、案内ツール制作、メニューやHPの多言語化
- ・ 免税カウンター設置・免税システム電子化
- ・ Facebook外国人コミュニティに投稿、海外有名インフルエンサーとのコラボ
- ・ ホテルのコンシェルジュへのカタログ配布
- ・ 海外OTAの予約数確保のためのシステム構築

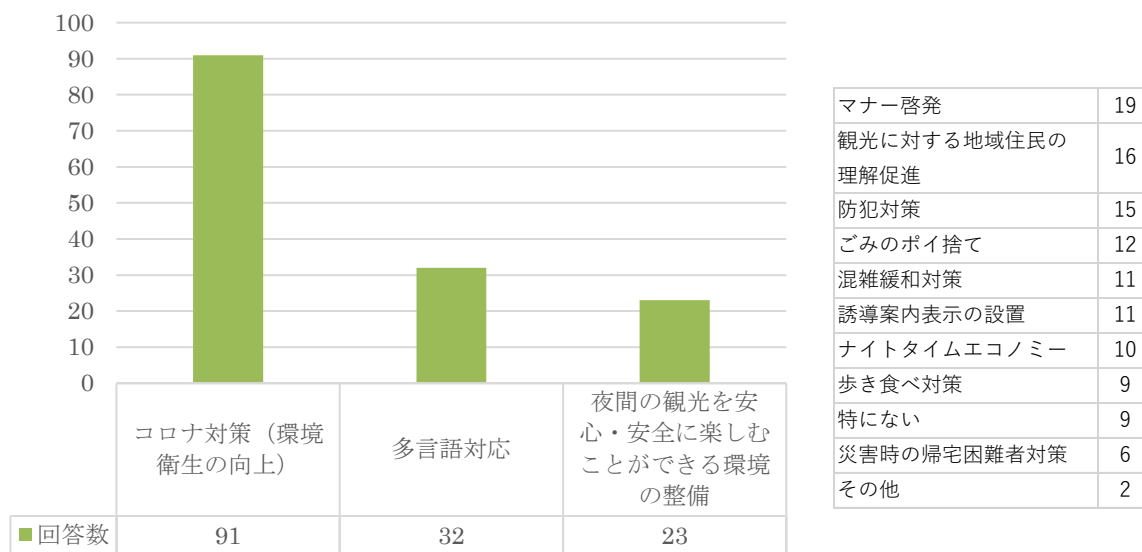
「その他」の内容(自由記述)

- ・ キャッシュレス決済対応
- ・ WEBで海外に直販することで認知度向上を図る
- ・ 専門学校との連携

免税システムの電子化の導入、免税カウンターの設置、外国語メニューの充実、HPの多言語化、外国語スタッフの拡充など、プロモーションよりも、インバウンドの再開に向けた受入準備をしている事業者が多い。

ほとんどの事業者がアフターコロナのインバウンド回復を見据えている一方、駐在員や留学生などの長期滞在者の消費に期待をしている事業者も1割強の割合で見られる。

Q5 観光客の回復期に向けて貴社(または貴社が所属する団体等)で取り組んでいる、もしくは取り組みたいと思う観光課題がありましたらお答えください。(複数回答可)

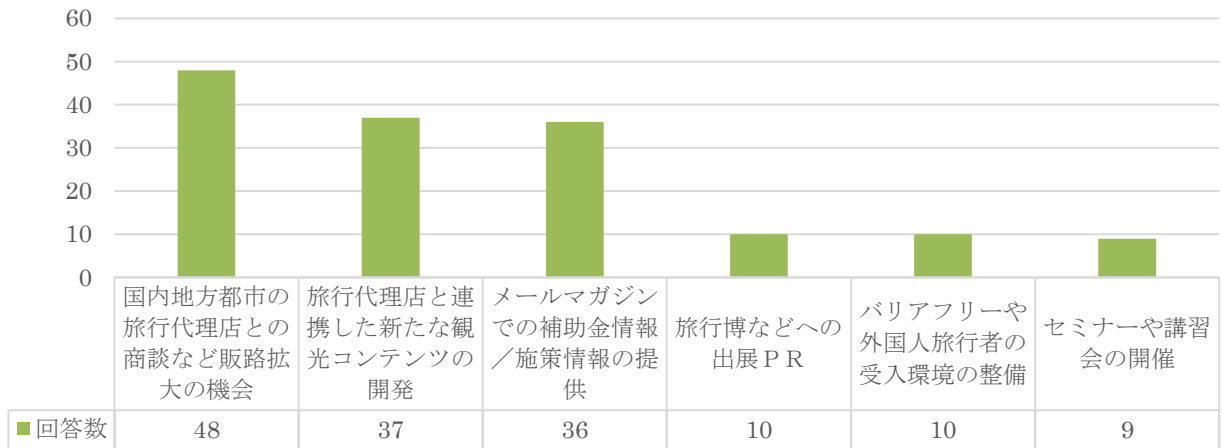


「その他」の内容(自由記述)

- ・ 海外への情報発信
- ・ デジタル化、高速Wifi完備
- ・ SDGs推進

コロナ対策に次いで多言語対応が挙げられていることから、インバウンド回復が念頭にあることが伺える。一方、夜間の観光を安心・安全に楽しむことができる環境の整備やマナー啓発など、外国人観光客だけでなく日本人観光客にも当てはまる取り組みが課題として見られる。

Q6 (観光振興)行政に期待する支援策をお選びください(複数回答可)



「セミナーや講習会の開催」において希望するテーマ(自由記述)

- ・観光先進国(フランスやシンガポール等)におけるアフターコロナ対策の実例共有
- ・SNSやフライヤー等のPR方法
- ・海外越境EC戦略(中国を主対象)
- ・客・従業員・住民を罹患させないための講習会

上位の「国内地方都市の旅行代理店との商談など販路拡大の機会」や「旅行代理店と連携した新たな観光コンテンツの開発」は、行政では支援することが難しかった内容である。コロナによる状況の変化により、これまでとは異なる支援が行政に求められている。

### 3. ヒアリング結果(観光関連団体・学識経験者)

#### 【コロナ禍での取り組み及び今後取り組みたいこと】

- ・ 国内観光客をターゲットに、歴史や名所旧跡など、新たな観光資源の磨き上げ
- ・ イベント開催時の出演者の抗原検査、来場者のワクチン接種証明確認の徹底
- ・ 「オンライン盆踊り」のユーチューブでの配信
- ・ 旅行代理店と連携した吉原ツアー
- ・ オンラインツアー(芸者さんと歩くまち歩き)の実施
- ・ アパレル業界と連携し、若者を対象とした「新しい着物のコーディネート」の提案
- ・ インバウンドから国内観光客へのシフト。若者向けに、宿泊施設のホームページをリニューアル。パンフレットを各都道府県に発送して国内観光市場を開拓
- ・ デジタルスタンプラリー

#### 【区に対する要望】

- ・ 「インバウンドを対象とした物販店」の在庫解消支援
- ・ イベント実施に際しての台東区独自の方針の策定
- ・ 学生や若い人たちの活用
- ・ 伝統芸能支援、文化支援



#### 4. コロナ禍によって変化した旅行者ニーズ

コロナ禍における、日本人旅行者の観光ニーズの変化に関しては、複数のシンクタンクが調査報告を行っているほか、令和4年度修正の台東区長期総合計画でも本区来訪者に対する独自のアンケート調査を実施した。

コロナ禍における観光ニーズは、感染拡大状況の変化、国の観光振興施策、新たな治療法の開発等により変化することが想定されるため、常に最新の調査結果に基づいて施策を柔軟に変更させることが重要である。

##### 【民間シンクタンクによる調査報告／抜粋】

###### ○ 混雑回避 (\*2)

2021年5月に実施された調査によると「今後の旅行先選択や旅行行動」については「変化する」との回答が8割を超えた。旅行の計画や旅行先での行動について、今後の旅行で意識することは、「混雑場所の回避」、「混雑日・時期・季節の回避」、「混雑時間の回避」、「混雑状況の事前確認」など密を避ける行動が上位となっている。

###### ○ 旅行の行先の変化 (\*3)

2021年11月に実施された「旅行の行先」について県内隣県と遠方とを比較する調査によると、2021年-2022年の冬季(年末年始を除く)までは「県内または近隣県へ」を希望している割合が約2倍を示し、その後も2022年夏までは優勢が続く。逆転が起きるのは2022年秋以降と見て取ることができる。

###### ○ 宿泊施設等の感染対策 (\*4)

「今後の国内宿泊旅行で希望すること」に対しては「人の多いところは避けたい」、「感染症対策を十分にしているところを選びたい」が過去の調査(2020年5月から2021年11月まで)においても、一貫して上位を占めている。

###### ○ 宿泊施設に要望すること (\*5)

2021年11月に実施された「宿泊施設について求める条件」に対しては、「従業員がマスク・消毒を徹底して行っている」、「部屋の備品(TVのリモコンや充電器など)までチェックイン前に消毒がされている」、「個室での食事」、「従業員に検温を行っている」、「従業員の安全対策が、施策内・HPに掲載され、徹底している」と続いた。

## ○ ひとり旅の増加 (\*6)

2020年12月に実施された「これからの旅は主に誰と行きたいですか？」という調査に対しては、「ひとり旅」、「友人との旅」、「配偶者・恋人とのふたり旅」、「家族旅」、「親子旅」の順となり、ひとり旅の回答が6割を超えた。

(\*2) 公益財団法人日本交通公社による「新型コロナウイルス感染症下の日本人旅行者の動向(その15)」

(\*3) (\*4) (\*5) 株式会社リクルート「じゃらんりサーチセンター」による「新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」第7回調査報告書、第10回調査報告書

(\*6) 旅メディア「ことりっぴ」「あたらしい旅のカタチ」をテーマにしたインターネット読者調査

## 【台東区長期総合計画修正のための基礎調査・来訪者アンケート】

### ○ 台東区を訪れる上での不安や心配事

2021年10・11月に実施された調査における「今後、区を訪れる上での不安や心配事」という質問に対しては「観光地やイベント会場での人の混雑」が約4割で最も多く、次いで「観光客のマナー」が約3割となっている。また、「特になし」が約3割となっている。シンクタンクの調査報告同様に、本区に来訪者に関しても、混雑を避ける傾向が見られる。

### ○ 今後も観光で台東区を訪れたいか

2021年10・11月に実施された調査における「今後も観光で台東区を訪れたいか」という質問に対しては「機会があれば訪れたい」が約5割、「ぜひ訪れたい」の約4割と合わせて、約9割が今後も観光で来訪することを希望しており、コロナ禍においても根強い需要があることがわかる。

### Ⅲ 施策体系

3つの基本方針に沿って、あるべき姿と施策の方向性を体系化し、各施策における事業展開のイメージを示すと次のとおりである。

## 「台東区の観光復活に向けた方針」

「まちの活力を取り戻し、持続的発展につなげる」  
(今後の区政運営の展開に関する考え方 柱Ⅳ)

基本方針(1)  
区内観光事業者の  
「稼ぐ力」を高める

【目指す姿】

区内観光消費額が増大し、地域全体の経済が活性化している。

施策の  
方向性

1. 各事業者が観光客や関連事業者のニーズを理解し、観光消費額を拡大するための工夫や検討を行う力を高める。
2. 各事業者が開発した観光関連商品の国内外での販路を拡大する。

基本方針(2)  
区民の生活向上を  
意識した  
観光基盤づくり

【目指す姿】

区民生活と観光振興が調和し、「新しい日常」に対応した店舗や、多様な観光客の受け入れを意識した「まちづくり」により、区民の満足度が向上している。

施策の  
方向性

1. 新型コロナウイルス感染症拡大防止対策の徹底をはじめ、安全安心に配慮した受入環境を整備する。
2. 多様な観光客の受け入れと同時に、区民生活の向上に寄与する観光基盤を整備する。

基本方針(3)  
誘客の分散化と  
量の観光から質の  
観光への転換

【目指す姿】

一人ひとりの観光客が快適に過ごせ、区民との交流や多様な観光体験を、いつでも何度でも楽しむことができる。

施策の  
方向性

1. 観光客が快適に楽しめる観光を実現するため、誘客の分散化を促進する。
2. 質が高く多様な観光メニューの提供により、ファンやリピーターを増加させる。

## 基本方針 (1)区内観光事業者の「稼ぐ力」を高める

### ● 目指す姿

『区内観光消費額が増大し、地域全体の経済が活性化している。』

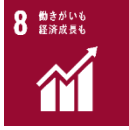

<p>● 施策の方向性</p> <p>1. 各事業者が観光客や関連事業者のニーズを理解し、観光消費額を拡大するための工夫や検討を行う力を高める。</p>	<p>SDGs</p>	<p>8 働きがいも経済成長も</p> 	<p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p> 	<p>10 人や国の不平等をなくそう</p> 
		<p>11 住み続けられるまちづくりを</p> 	<p>12 つくる責任 つかう責任</p> 	<p>17 パートナーシップで目標を達成しよう</p> 

### 主な施策の展開イメージ

- 区内事業者が、業種を越えて連携した旅行商品の開発を誘導するためのマッチング商談会を開催し、商品化支援を行っていく。さらに、出来上がった旅行商品のテスト・マーケティング・ツアーを実施し、課題や改善点を抽出し修正を加えるなど、顧客ニーズにマッチした”売れる”商品化を支援する。(観光課、産業振興課)
- ヒット商品づくりの事例紹介や事業者のSNS等による情報発信力の強化、顧客ポートフォリオ分析(\*7)により、ターゲットとする顧客層を誘客するスキルの向上を支援する。(観光課、産業振興課)
- 区内にある文化・産業・観光分野の多彩なコンテンツの旅行商品化を後押しする。(文化振興課、観光課、産業振興課)
- ムスリム層向けのハラール食とともに、今後さらに増加することが予想されるベジタリアンやヴィーガンなどをはじめとした、食の多様性への対応を支援することで、消費機会の増加につなげる。(観光課)
- 感染状況の「レベル0」では、感染症を含む災害時に備えたBCPの策定(\*8)や経営リスクの分散に向けた取り組みを支援する。(観光課、産業振興課)

(\*7) 顧客ポートフォリオとは、顧客を収益性や成長性などの基準で分類し、新規顧客の獲得や既存顧客のフォローアップなど、顧客の構成に合わせて管理し、経営戦略に活かすこと。

(\*8) BCP = Business continuity planning 事業継続計画のこと。企業が大規模自然災害、感染症流行などの緊急事態遭遇時に、事業資産の損害を最小限に留めつつ、中核事業の継続や早期復旧を可能とするために、平常時に行うべき活動や緊急時の事業継続の手段を取り決めておく計画。

<p>● 施策の方向性</p> <p>2. 各事業者が開発した観光関連商品の国内外での販路を拡大する。</p>	SDGs	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>8 働きがいも 経済成長も</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>17 パートナシップで 目標を達成しよう</p> </div> </div>
---	------	---

### 主な施策の展開イメージ

- 国内外の旅行代理店、OTA(オンライン・トラベル・エージェント)との連携を進め、各社の持つ商品流通網を活用することで、販路を全世界へと拡大する。(観光課、産業振興課)
- 区の各種公式ウェブサイトや SNS 等の各種媒体を活用し、旅行商品や販路に関する情報発信を行う。(文化振興課、観光課、産業振興課)
- 国内外の旅行代理店等への販売仲介や着地側の受入調整などのランドオペレーター(\*9)機能を担う機関を育成する。(観光課)
- 感染状況の「レベル0」では、産業分野における海外向けプロモーションを再開する。(産業振興課)

(\*9) ランドオペレーターとは、旅行会社からの依頼を受け、旅行先の交通・宿泊・ガイド・観光施設などの手配を行う者。

## 基本方針 (2)区民の生活向上を意識した観光基盤づくり

### ● 目指す姿

『区民生活と観光振興が調和し、「新しい日常」に対応した店舗や、多様な観光客の受け入れを意識した「まちづくり」により、区民の満足度が向上している。』

<p>● 施策の方向性</p> <p>1. 新型コロナウイルス感染症拡大防止対策の徹底をはじめ、安全安心に配慮した受入環境を整備する。</p>	<p>SDGs</p>	<p>3 すべての人に健康と福祉を</p> 	<p>8 働きがいも経済成長も</p> 	<p>11 住み続けられるまちづくりを</p> 
		<p>14 海の豊かさを守ろう</p> 	<p>17 パートナリシップで目標を達成しよう</p> 	

### 主な施策の展開イメージ

- 新しい日常取組店舗を支援するため、インスタグラムを活用した『#たいとう愛』キャンペーンを継続するとともに、感染予防講習会等の開催や、新しい日常取組推進員の活動を支援する。(観光課、産業振興課)
- 事業者向け「おもてなし講習会」やウィズコロナ時代の経営セミナー等を開催し、各事業者の接客力、経営力の強化を図る。(観光課、産業振興課)
- インバウンドの回復に向けて、民間トイレの一般利用の促進や観光客へのマナー啓発キャンペーンを実施する。(観光課)

<p>● 施策の方向性</p> <p>2. 多様な観光客の受け入れと同時に、区民生活の向上に寄与する観光基盤を整備する。</p>	SDGs	
--	------	--

### 主な施策の展開イメージ

- わかりやすい案内機能、さわやかトイレ整備、道路や施設のバリアフリー化など、民間施設も含めたユニバーサルツーリズムへの対応を進める。(観光課、計画調整課、土木課、公園課)
- 台東区立浅草文化観光センター、東京都や民間設置を含めた区内の観光案内所が連携し、観光案内機能の強化を図る。(観光課)
- 観光バス駐車対策や、防災行政無線・SNS等の多様な手段を活用した迅速な防災情報の発信など、より安全で快適な環境と利便性の向上を図る。(危機・災害対策課、観光課、交通対策課)
- 区民生活を尊重しながら観光機能の充実を図ることで、居住者が生活しやすく、来街者にとっても居心地の良い環境を創出する”まちづくり”を進める。(観光課、計画調整課、地域整備第一課、地域整備第二課、地域整備第三課)

## 基本方針 (3)誘客の分散化と量の観光から質の観光への転換

### ● 目指す姿





『一人ひとりの観光客が快適に過ごせ、区民との交流や多様な観光体験を、いつでも何度でも楽しむことができる。』

<p>● 施策の方向性</p> <p>1. 観光客が快適に楽しめる観光を実現するため、誘客の分散化を促進する。</p>	SDGs	
---	------	--

### 主な施策の展開イメージ

- ロケ地やアニメ等を活用しファンを誘客するなどの新たな観光スポットを創出し、単発の誘客イベントに頼らない、年間を通した誘客を図る。(観光課)
- 各レベルにおける主力観光市場向けに、コロナ時代の新たなニーズを踏まえた観光プロモーションを展開する。(観光課)
- ビッグデータや AI 等の最新技術を活用した、観光地の混雑予測情報の提供を検討する。(情報政策課、観光課)
- ウェブサイト・SNS や印刷物等で、多様なニーズに対応した観光ルート情報を発信する。(観光課)
- ナイトライフを楽しみたい観光客のニーズに対応するため、民間事業者との連携を強化し、魅力あるコンテンツを開発する。(観光課、産業振興課)



<p>● 施策の方向性</p> <p>2. 質が高く多様な観光メニューの提供により、ファンやリピーターを増加させる。</p>		<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>4 質の高い教育をみんなに</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>8 働きがいも経済成長も</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>17 パートナーシップで目標を達成しよう</p>  </div> </div>
--	---	--

### 主な施策の展開イメージ

- 観光消費額の大きい企業のインセンティブツアーや教育機関等のグループに対するプロモーションを強化し、区内消費を誘導する。(観光課)
- 国内外からの修学旅行の誘致を進め、将来のリピーターを増加させる。(観光課)
- 国内外の富裕層を対象とした、品質や希少性の高い旅行商品の開発とプロモーションを行う。(観光課)
- 国や東京都、民間機関と連携し、都内で開催されるMICE(\*10)のレセプション等に、区内施設等の利用促進を図るとともに、会議参加者や家族に対するオプションツアーの開発や、観光情報の提供などアフターMICEの取り組みを加速させる。(観光課)
- 本区観光の持続的発展のため、地域の文化や環境等に配慮したサステナブルツーリズム(\*11)を推進する。(観光課)

(\*10) MICE(マイス)とは、Meeting(会議・研修・セミナー)、Incentive tour(報奨・招待旅行)、Convention 又は Conference(大会・学会・国際会議)、Exhibition(展示会)の頭文字をつなげた造語。参加者が多く、一般の観光旅行よりも消費額が大きい。

(\*11) サステナブルツーリズムとは、観光地本来の姿を持続的に保つことができるように、観光地の開発やサービスのあり方を見直すこと。マスツーリズムの進展からオーバーツーリズムによる環境破壊などの現象が起きた反省から、地域の文化や自然環境に配慮し本物を体験し味わうことなどを通じ、地域住民と観光客とが相互に恩恵を受けることが重要との考えが生まれてきた。

## IV 方針の推進に向けて

### 1. 方針の推進体制について

本方針における各施策の推進は、主な施策の展開イメージに記載した担当課を中心に進めていくものとするが、民間事業者との連携が必要な着地型旅行商品の企画・開発・販売、国内外の旅行代理店への販売仲介や着地側の受入調整を行うランドオペレーター機能などは、行政主体での効果的な展開は難しい。

そこで、台東区の特徴的な観光資源である江戸から続く歴史・文化に対する造詣が深く、高い商品企画力を有する旅行事業者と文化・産業・観光振興に関して連携することが有効である。

区では、2021年11月にクラブツーリズム株式会社との間で「観光分野に関する連携協定」を締結した。今後は連携協定を活用して官民の連携を加速させる。

### 2. 新たな観光推進組織について

平成30年度から検討を進めている「新たな観光推進組織」については、コロナ禍により現在検討を中断している。検討の再開に際しては、新たな観光推進組織の役割のひとつと考えられる「旅行事業者との連携による取り組み」をはじめ、本方針記載事業の成果も十分踏まえる必要がある。

今後の検討においては、環境の変化に柔軟な対応が可能で機動力のある組織とするため、体制や規模などを再考していく。

### 3. 進捗管理について

観光消費額の回復や区民生活と観光振興の調和など、「観光の持続的発展」を実現していくためには、各施策の取り組み状況や目標指標の数値等を把握・評価するとともに、必要に応じて文化・産業・観光分野の区内関係団体との情報共有やヒアリングを行いながら修正を加えるなど、適宜対応していくことが重要である。

進捗管理に関しては、「台東区観光振興計画推進会議」において実施することとし、方針の着実な推進を目指していく。



## 台東区の観光復活に向けた方針

令和4年3月発行  
(令和3年度登録第61号)

台東区 文化産業観光部 観光課  
〒110-8615 台東区東上野 4-5-6  
電話 03(5246)1151  
FAX 03(5246)1515