

「台東区の観光復活に向けた方針」—各レベルにおける取り組み—

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特に重視する施策を戦略的に体系化したものであり、今後の状況に応じて修正を加えていく。

新たなレベル分類 令和3年11月8日 新型コロナウイルス 感染症対策分科会	レベル4 「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 ・緊急事態宣言発出	レベル3 「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	レベル2 「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	レベル1 「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	レベル0 「新規陽性者ゼロ」 ・新規陽性者数ゼロを維持	
レベルごとに想定される措置 令和3年11月25日 東京都新型コロナウイルス 感染症対策本部会議	・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)	・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	・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	・飲食店等への人数制限の 要請 ・都立施設の人制限の実施	・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	
各レベルにおける 主力観光市場	国内（マイクロツーリズム・近隣） ※地域ごとに順次拡大		国内（都内・関東近県）	国内（日本全域）	国内+海外 (訪日客入国制限一部緩和)	国内+海外 (訪日客入国制限解除)

「台東区の観光復活に向けた方針」体系 <凡例> : 基本方針 ▶ : **特に注力する事業と開始時期（終期は状況の変化により決定）** : 各基本方針において重視する観光振興の取組み

基本方針1 区内観光事業者の 「稼ぐ力」を高める	1-1. 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。				
	▶マッチング商談会、商品化支援 ▶誘客スキル向上支援（情報発信・販路拡大） ▶おうちでたいとうグルメ（及び弁当販売） ▶販路拡大に向けた企業等との連携 ▶オンラインショップ出店・開業支援 ▶新ビジネスチャレンジ支援	▶江戸たいとうスーパーバザール ▶江戸たいとうキャッシュレス ポイント還元事業	▶テスト・マーケティングツアーの実施 ▶文化・産業・観光分野コンテンツの旅行商品造成 ▶旅行会社との連携協定締結	▶食の多様性への対応支援 ▶国内の旅行代理店、OTA（オンライン・トラベル・エージェント）との連携 ▶旅行商品や販路に関する情報発信 ▶台東区産業フェア ▶鉄道駅等での販売会	▶感染症を含む災害時に備えた 準備（BCPの策定） ▶経営リスクの分散 ▶海外向けプロモーション （産業分野） ▶旅行代理店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機能を担う機関の育成
基本方針2 区民の生活向上を 意識した 観光基盤づくり	2-1. 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。				
	▶『#たいとう愛』キャンペーン継続 ▶感染予防講習会や経営セミナー等の開催 ▶新しい日常取組推進員活動支援 ▶ワクチン職域接種		▶民間トイレの一般利用促進	▶観光客へのマナー啓発 キャンペーン実施	
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	2-2. 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。				
	▶区観光案内所の連携強化 ▶ユニバーサルツーリズム対応 ▶居住者と来街者にとって快適なまちづくりの推進に関する事業 ▶交通対策や多様な手段を活用した防災情報の発信など安全で快適な環境づくり	▶区民生活と観光振興の調和／持続可能な観光地域づくり			
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	3-1. 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。				
	▶ロケ地やアニメ等を活用した観光スポット創出 ▶福利厚生会社との連携 ▶国内教育旅行商品造成 ▶最新技術活用による観光地混雑予測情報の提供に向けた検討	▶国内向け観光プロモーション（各レベルの主力観光市場向け） ▶多様なニーズに対応した観光ルートの情報発信	▶国内在住外国人向けプロモーション ▶民間事業者との連携によるナイトライフ・コンテンツ開発	▶海外向け観光プロモーション	
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	3-2. 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。				
	▶企業や教育機関等のグループに対するプロモーション強化 ▶国内修学旅行の誘致 ▶伝統工芸職人実演のオンライン化 ▶サステナブルツーリズムの推進	▶SDGsに関する情報提供 ▶富裕層向け旅行商品開発とプロモーションの実施 ▶MICEに関する情報提供と プロモーションの実施 ▶海外からの教育旅行誘致	▶イベントのみに頼らない年間を通じた誘客の実施		
・国内・海外向け情報発信の継続					

※新型コロナウイルスの感染状況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、レベルが後退する可能性もあるが、感染状況に応じて各レベルにおける取組みを可能な限り前倒しで実施していく。