

都市戦略

3



## OMOTENASHI IN TOKYO

伝統と革新が共存する東京には、世界に誇れる独自の魅力があります。旅行地としての「東京ブランド」が確立されて世界中から旅行者が訪れるとともに、まちづくりには芸術文化が活用されていく。そして、まちには人々のおもてなしがあふれ、東京の魅力が世界へ発信されていく。そんな未来へと続くビジョンをご紹介します。

政 策 指 針

# 07

## 「おもてなしの心」で世界中から訪れる人々を 歓迎する都市の実現

2020年大会は、日本人の「おもてなしの心」を伝える絶好の機会です。

多くの都民が大会にボランティアとして参加し、その成功を支えるとともに、  
大会を経て東京はボランティア先進都市へと成長していきます。

また、東京は、その多彩な魅力で世界中の旅行者から選ばれ、  
何度でも訪れたいくなる世界有数の観光都市へと進化していきます。

# 東京の未来

## ▶ 多くの都民の参加で花開くボランティア文化

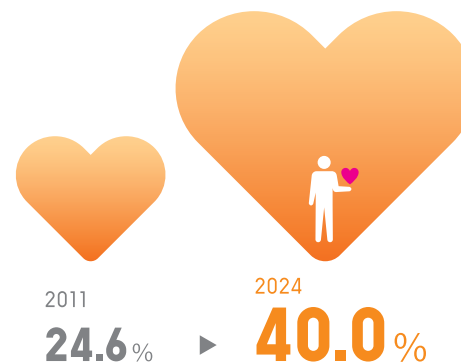
大会の成功に欠かせないボランティア。大会運営を支えるのはもちろん、駅や観光地から街角まで、あらゆる場面でおもてなしの精神を世界に発信する大切な存在でもあるのです。これをきっかけに、10年後の東京ではボランティア行動者率が40%にまで上昇。ボランティア文化が広く息づく街になります。

### ▶ ボランティアの裾野拡大・育成・活用

事 項	目 標 年 次	目 標 値
都市ボランティア	2020年	1万人
外国人おもてなし語学ボランティア	2019年度	3万5千人
観光ボランティア	2020年	3千人
おもてなし親善大使	2020年	1千人

このほか大会組織委員会が大会ボランティアを募集・育成(約8万人を想定(過去大会参考))

### ▶ 都民のボランティア行動者率



## ▶ 道路空間や水辺に新たなにぎわいを創出

オープンカフェなど、洗練された街並みに新たなにぎわいが生まれています。また、水辺においても、人々が集い、にぎわいが生まれる魅力的な空間を創出し、水の都としてのプレゼンスを高めていきます。



事 項	目 標 年 次	目 標 値	
東京シャンゼリゼプロジェクトの推進	オープンカフェの展開等にぎわいの創出	2020年	2地区(虎ノ門地区、丸の内地区)
隅田川における恒常的なにぎわい創出を推進		2024年度	4エリア(浅草、両国、佃・越中島、築地)

## ▶ 世界中の人を惹き付ける多彩な魅力

旅行地としての「東京ブランド」の確立や、魅力的な観光資源の開発・発信などにより、2020年には1,500万人、2024年には1,800万人の外国人旅行者が訪れています。さらに、多様な産業や学術・研究機関の集積などの東京の強みを生かした国際会議の誘致も進め、世界中から観光客もビジネス客も歓迎する都市を実現します。

### ▶ 訪都外国人旅行者数



### ▶ 東京港へのクルーズ客船誘致



### ▶ 国際会議の開催件数



### ▶ クルーズ利用客数

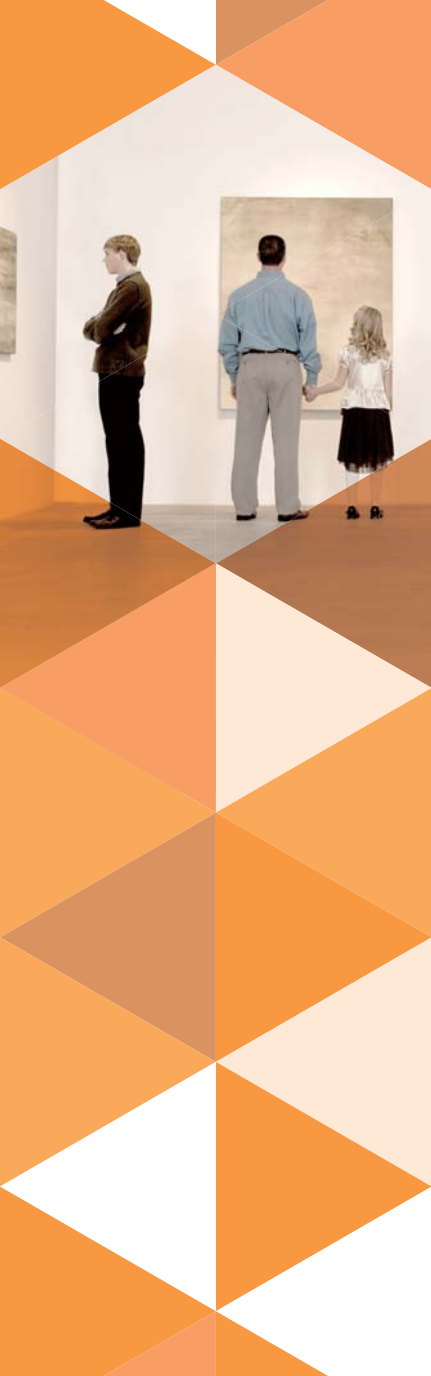


## ▶ 世界的な観光都市としての受入環境づくり

外国人旅行者が多く訪れる街なかで、観光ボランティアが旅行者に積極的に声をかけ、外国語で観光案内などを行う「街なか観光案内」の実施、無料Wi-Fiのアクセスポイントの拡充・使い勝手の向上などにより、旅行者が快適かつ安全・安心に滞在できるようになります。

### ▶ 訪都外国人旅行者の無料Wi-Fiに関する満足度





政 策 指 針

# 08

## 芸術文化都市を創造し、 日本文化の魅力を世界に発信

オリンピック・パラリンピックは、スポーツだけでなく、文化の祭典でもあります。  
東京ならではの芸術文化で、文化の面でも史上最高の大会を実現します。  
さらに、まちづくりにも芸術文化資源を活用し、  
世界一の文化都市へと成長していきます。

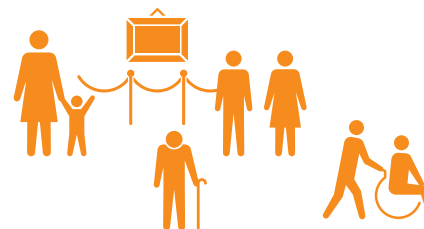
# 東京の未来

## ▶ 芸術文化資源で、より身近に芸術文化に親しめる環境へ

芸術文化施設等が集積する上野をはじめとした、文化的な個性を持つエリアでは、その個性を生かして拠点の魅力がアップします。あらゆる人々に開かれた都立文化施設に向けてサービスが向上し、より身近に芸術文化に親しめる環境が生まれます。また、首都圏だけでなく北京・ソウルなどの海外都市との連携も強化することで、芸術文化のネットワークが構築されます。

### ▶ 向上する芸術文化施設のサービス

事 項	目 標 年 次	目 標 値
都立文化施設の多言語対応	2020年	全7施設で完了
都立文化施設の開館時間延長	2020年	全7施設で実施
都立文化施設の無料Wi-Fi利用環境整備	2016年度	全7施設で完了
文化施設の広域共通パスの導入	2020年	実施



## ▶ 東京の街を舞台に、史上最高の文化プログラム※1を

公共空間・民間施設だけでなく、交差点や地下街等のこれまで例のない場所でもイベントを展開するなど、都市自体を劇場とした先進的で他に類を見ない文化プログラムを実現します。

※1 オリンピック・パラリンピック開催時に展開される複数の文化的なイベントからなるプログラム。短くとも選手村の開村期間に開催することがオリンピック憲章に定められている。



## 都市戦略 3 を知るキーワード

### ▶ 多くの都民が参加できる多彩なボランティア 政策指針 07

2020年大会を支えるボランティアは、大きく2つに分けられます。まず、大会運営を支える「大会ボランティア」※1。会場案内・誘導や競技運営などをサポートします。そして、東京を訪れる人々を支える「都市ボランティア」※2。空港や駅、観光スポットなどで観光・交通・会場案内などのサービスを提供します。

### ▶ 都民一人ひとりが互いに支え合う共助社会 政策指針 07

町会・自治会などの地域を支える活動からスポーツ大会のボランティアなど、あらゆる場面での市民活動が広まり、社会貢献活動が盛り上がっていくことで、都民一人ひとりが互いを助け支え合う社会へとつなげていきます。

### ▶ ボランティア人材の確保に向けた環境の整備 政策指針 07

国、都、組織委員会、区市町村、民間団体、企業、学校等による連絡協議会を設置し、団体相互に連携しながら、ボランティアの裾野拡大や育成に取り組んでいきます。

### ▶ 東京のブランディングの推進 政策指針 07

旅行地としての東京の魅力的なイメージを確立していくため、様々な取組を推進していきます。たとえば、ロゴ・キャッチコピー等の制作や、都民や民間事業者とのブランドコンセプトの共有、海外のテレビCMを活用した情報発信などで、「東京ブランド」を世界に広く浸透させていきます。

※1 組織委員会が募集・育成するボランティア。

※2 都が募集・育成するボランティア。

▶ 他地域と連携した日本の魅力の発信

政策指針 07

民間事業者や他県等と広域的に連携し、東京と地方を結ぶ新たな観光モデルルートの開発などを通じ、東京と地方の双方の活力を生み出していきます。

▶ 今後10年の道しるべとなる「東京文化ビジョン」

政策指針 08

文化プログラムの構築に先駆けて、今後10年を見据えた東京の文化政策の指針として策定したビジョンを、国内外に広く発信することはもちろん、先駆的な文化施策の展開へとつなげていきます。

▶ あらゆる人々の芸術文化活動を支援

政策指針 08

国籍や年齢、障害の有無などにかかわらず、あらゆる人々が東京を舞台に創造的な芸術文化活動に取り組めるよう、サポートを推進していきます。たとえば、障害者によるアートをはじめとする「アールブリュット」を集めた展覧会などです。