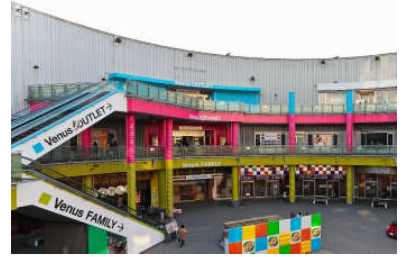


＜参考＞エリア特性を生かした森ビルのインバウンド対策

■羽田空港から車で15分の立地を生かす「お台場」

- ・お台場はもともと海外からの既存ツアーコースにも組み込まれている人気エリア。ヴィーナスフォート入館者のうち、中国人を中心とした外国人割合はおおよそ約15%になります。
- ・以前からも団体観光客が目立っていましたが、2010年10月末の羽田空港新国際線(旅客)ターミナル開港により、新たに発着枠が設けられた「タイ」「マレーシア」「シンガポール」等、ASEAN諸国のお客様が増加傾向にあります。
- ・団体旅行を中心に、増加する個人旅行者もターゲットに加え、①羽田からお台場へのダイレクトアクセスの拡充や羽田空港内での情報提供サービスなど、羽田空港とのリレーションを高めるための施策をはじめ昨年実施した②お台場地区進出企業による「お台場」エリアとしてのインバウンド促進(エリアマップの作成やディスティネーションキャンペーンの実施など)について、今年も継続展開していきたい。



■地域ぐるみで取り組む東京を象徴するファッションエリア「表参道・原宿」

- ・ファッション感度の高い人々を中心に海外でも人気の原宿・表参道エリアは、中国人向け個人観光ビザ発給要件緩和で、個人旅行者も増加傾向にあります。
- ・表参道・原宿エリアは、エリアでのインバウンド対策に関して先駆者的存在。表参道ヒルズ、ラフォーレ原宿が会員として名を連ねる商店街振興組合原宿表参道櫛会と協調して、日本のファッションの中心地であり、また、明治神宮の参道である表参道・原宿の街を最先端のファッションと日本の伝統文化が融合した街として、日本のお客様同様、世界から訪れるお客様が買い物や街歩きを楽しめる、外国人に優しい街づくりを実践しています。



■ファッション、アート、ビジネス。多機能な国際文化都心「六本木」

- ・商業施設だけではなく、ラグジュアリーホテル、展望台、美術館など複合機能を持つ六本木ヒルズを含め、世界のファッションや文化が集まる六本木エリアは、様々な要素を合わせ持つため、富裕層から団体訪日観光客まで幅広い層に人気があります。
- ・観光庁が制定した「Japan MICE Year 2010」を受け、六本木ヒルズでは「MICE」の活動にも積極的に取り組み、六本木ヒルズがもつ「複合機能」や「情報発信力」、「街ブランド力」を最大限に活用し、日本における国際会議・イベントをサポートすることにより、訪日観光客の増加、地域の国際化および活性化を目指しています。



森ビルは、六本木、原宿・表参道、お台場など、その街にとって、もっともふさわしい街とは何か、それを第一に考えて街をつくり、街を育ててきました。日本人のお客様同様、世界中から訪れる海外からのお客様にも、街の魅力を理解し、楽しんでいただければと考えています。そして、その街を通じて東京の魅力を感じていただきたいと願っています。

そのためには、街と一体となって、その街の特性を活かした環境整備やサービスを用意し、訪日外国人観光客にも優しい街づくりをしていくことが必要になってくると考えています。

世界の人、モノ、カネ、知恵、情報は、オープンマインドを持つ魅力的な都市に集まる——。日本が世界に開かれた魅力ある国となるため、グローバルディベロッパーとして、グローバルスタンダードをリードする街をソフト、ハード両面から提供する森ビルは、東京から日本の魅力を世界に発信していきます。