

東京都観光産業振興実行プランの 改定について

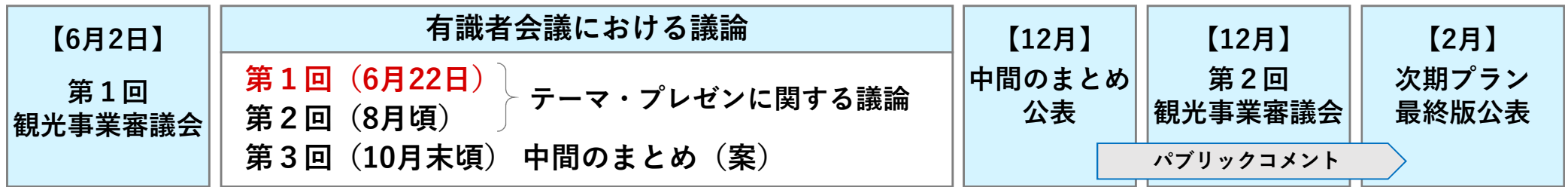
令和5年6月22日

1. 東京の観光施策の新たな方針策定について

今年度の有識者会議について

- 今回の有識者会議では、東京の観光の持続的な発展に向けた新たな方針づくりをテーマとして議論
- 議論を踏まえて、「PRIME観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン」を改定
- 次期プランの計画期間は、2024年度から2026年度までの3か年を予定

(プラン改定スケジュール)



観光産業振興の主な政策目標

政策目標	2022年の状況	中間目標 (2026年) ＜次期プラン終期＞	目標値 (2030年)
国内旅行者に対する都民の受入意向	50.3%	---	50%以上
外国人旅行者に対する都民の受入意向	46.1%	---	50%以上
訪都国内旅行者数	5億4,267万人	---	6億人
訪都外国人旅行者数	331万人	2,000万人	3,000万人超
訪都国内旅行者消費額	4兆6,235億円	5兆3,000億円	6兆円
訪都外国人旅行者消費額	4,092億円	1兆8,000億円	2兆7,000億円超
国際会議開催件数	41位	世界5位以内	世界3位以内
東京の文化的環境を楽しんでいる人の割合	50%	60%	70%
都内温室効果ガス排出量	3.7%削減 (2020年)	---	50%削減

2. 有識者会議における主な論点

東京が持つ多様な魅力の戦略的な発信

- **インバウンド**を獲得するため、どのような**国・地域**への**プロモーション**に重点を置くべきか
- 今後、**重点的に発信**していくべき**東京の魅力**とは何か
- **何度でも訪れたい都市**となるために何が**必要**か
- 日本の**玄関口**として、**日本各地**との**連携**をどのように進めていくべきか など

多角的な視点での観光資源の開発や磨き上げ

- **コロナ禍**を経た**観光客のニーズ**の**変化**にどう対応していくべきか
- **富裕層**の**誘致**に向けて、どのような**サービス**や**コンテンツ**が求められるのか
- **消費額**の**拡大**に向けて、**質と量のバランス**をどう取るか
- **魅力ある観光資源**の開発に向けて、活用すべき**先端技術**はなにか
- 資源を活かした**観光振興**と**資源の保全**をどう**両立**し、**サステナビリティ**を確保するか など

時代のニーズに合った受入環境整備の推進

- **人材不足**を**克服**し観光客の**受入体制を整える**ためには、どのような**取組**が効果的か
- **誰もが安心して観光を楽しむ**ための**アクセシブルな環境**の実現に向けて必要な**取組**とは
- **観光事業者の生産性を高める**ためにどのような**支援**が有効か
- **観光客と地域住民**が**良好な関係**でありつづけるために、何に**注力**すべきか など

3. 主な論点に関するこれまでの取組状況

東京が持つ多様な魅力の戦略的な発信

- ✓ 空港到着ロビーに**Tokyo Tokyoアイコン**を掲出する等、東京の**ブランディング**を強化
- ✓ 若年層やファミリー層をターゲットとし、**メタバース**を活用した観光PRを実施【今年度新規事業】
- ✓ **多摩・島しょ**地域について、SNSやウェブサイト「TAMASHIMA Tokyo」を活用した**プロモーション**を展開
- ✓ インフルエンサーやメディアへの**ファムトリップ**により東京の**食の魅力**を発信【今年度新規事業】
- ✓ **日本各地と連携**し、**東京**と地方で、相互PRや周遊ルートの開発などを実施



(Tokyo Tokyoアイコン)



(TAMASHIMA Tokyoブックレット)

- ✓ **地域のMICE受入拠点**と連携した**ユニークベニューショーケース**イベントを開催



(浜離宮恩賜庭園)



(COREDO 室町テラス 大屋根広場)

多角的な視点での観光資源の開発や磨き上げ

- ✓ プロジェクションマッピングの国際大会「TOKYO LIGHTS 2022」や、東京の食の魅力を発信するグルメフェスティバル「Tokyo Tokyo Delicious Museum」を開催
- ✓ 区市町村等がアニメや漫画などのコンテンツを活用した観光振興を行う際の経費を支援するほか、都内のアニメコンテンツを発信
- ✓ 観光協会や商店街による、桜・紅葉などを活用したライトアップなどの実施を後押し
- ✓ 都内区市町村による地域資源を活用した周遊イベントや温泉施設などの観光施設の整備にかかる経費を支援し、旅行者誘致を促進



(TOKYO LIGHTS)

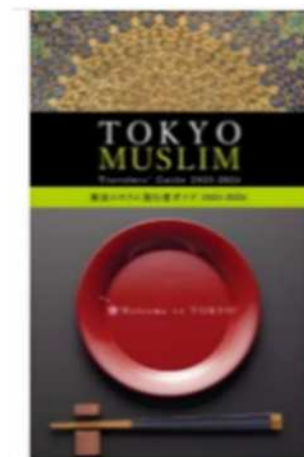


ショートショート フィルムフェスティバル&アジア 代表
知事表敬訪問

- ✓ 多摩・島しょ地域の自然や食といった地域資源を生かした体験型コンテンツの開発・磨き上げを行う等の取組をサポート【今年度新規事業】
- ✓ アジア発の新しい映像文化の発信、新人若手映像作家の育成、国際文化交流の推進を目的に「ショートショート フィルムフェスティバル&アジア」を開催
- ✓ 夜間・早朝の時間帯に行われるイベントの実施や情報発信の経費を支援

時代のニーズに合った受入環境整備の推進

- ✓ インフルエンサー観光事業者向けワンストップ支援センターを開設し、**専門家派遣**や**経営セミナー**等を実施
- ✓ 大学と連携し、**観光経営人材・マネジメント人材育成**のためのプログラムを開発
- ✓ **宿泊事業者**に対し、**デジタルツール**や**クラウドサービス**の導入等にかかる経費を補助【今年度新規事業】
- ✓ 障害者や高齢者等が、様々な交通機関を快適に利用しながら旅行などを行う、**アクセシブル・ツーリズム**の充実に向けた取組を**ハード・ソフト両面**から推進
- ✓ ムスリム旅行者対応施設を紹介するパンフレット「**TOKYO MUSLIM Travelers' Guide**」の作成など**多様な文化・習慣**に関する**受入環境整備**を推進
- ✓ 外国人旅行者の利便性向上を目的に、街なかで観光情報等を多言語で提供する、**高機能型観光案内標識（デジタルサイネージ）**を整備
- ✓ 都内の**宿泊施設、飲食店、免税店等**において、**多言語対応等**の外国人旅行者対応等の取組を支援
- ✓ **区市町村**が行う**多言語対応案内看板設置**など、外国人旅行者の受入環境整備を支援
- ✓ 大学と連携し、観光客の**受入れ機運の醸成**を目指すシンポジウムを開催



(TOKYO MUSLIM Travelers' Guide)

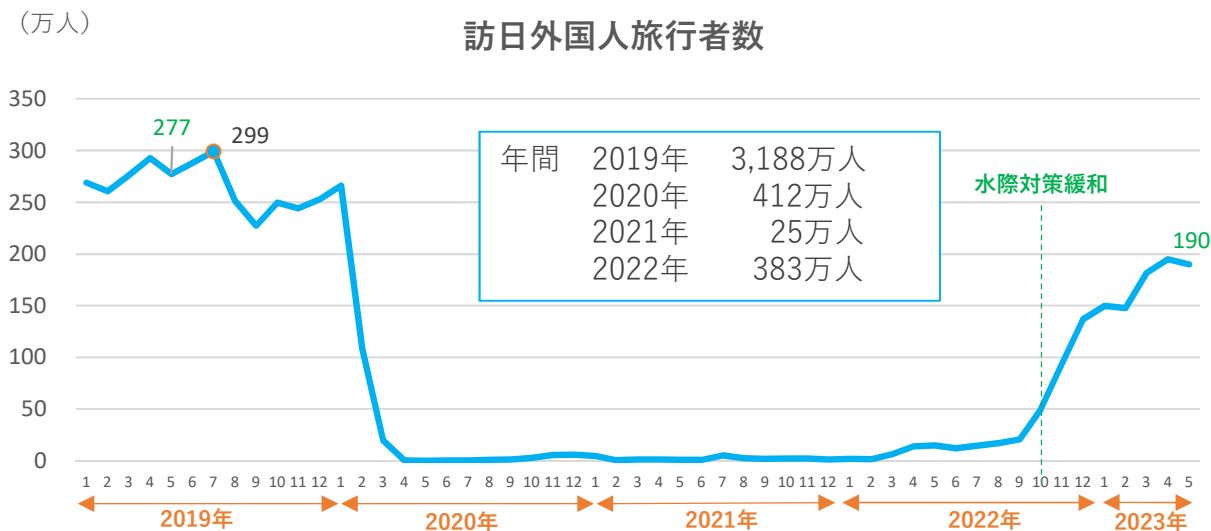


(デジタルサイネージ (屋外))

4. 観光に関する主要動向

訪日外国人旅行者の推移

- コロナ前（2019年）の訪日外国人旅行者は、最多月（7月）で**299万人**、年間**3,188万人**
- 2020年以降、訪日外国人数は**激減**
- 2022年10月の**水際対策緩和**以降、増加基調
- 2023年5月は**190万人**、2019年同月**277万人**と比べ**68.5%**まで回復

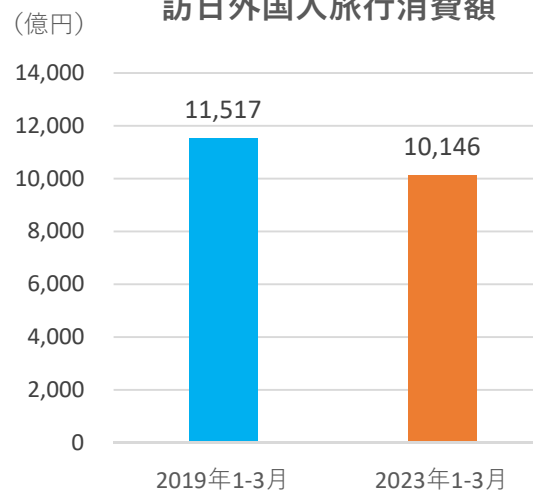


いずれも出典：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」

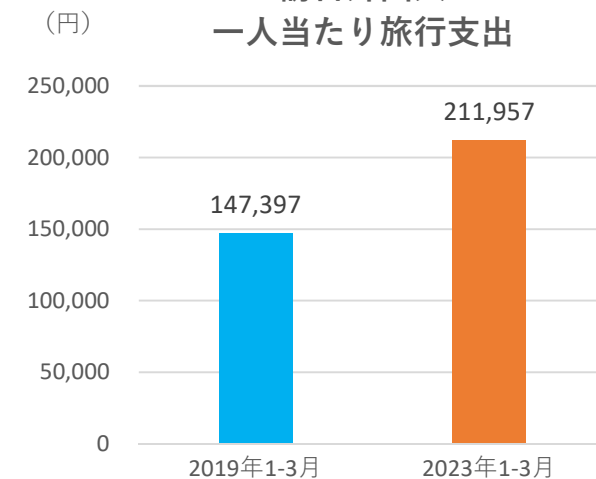
訪日外国人の消費動向

- 2023年1-3月の訪日外国人旅行の**消費額の総額**は1兆146億円で、2019年同期比**88.1%**まで回復
- なお、同期間の訪日外国人**1人当たり旅行支出**は、21.2万円となっている。

訪日外国人旅行消費額



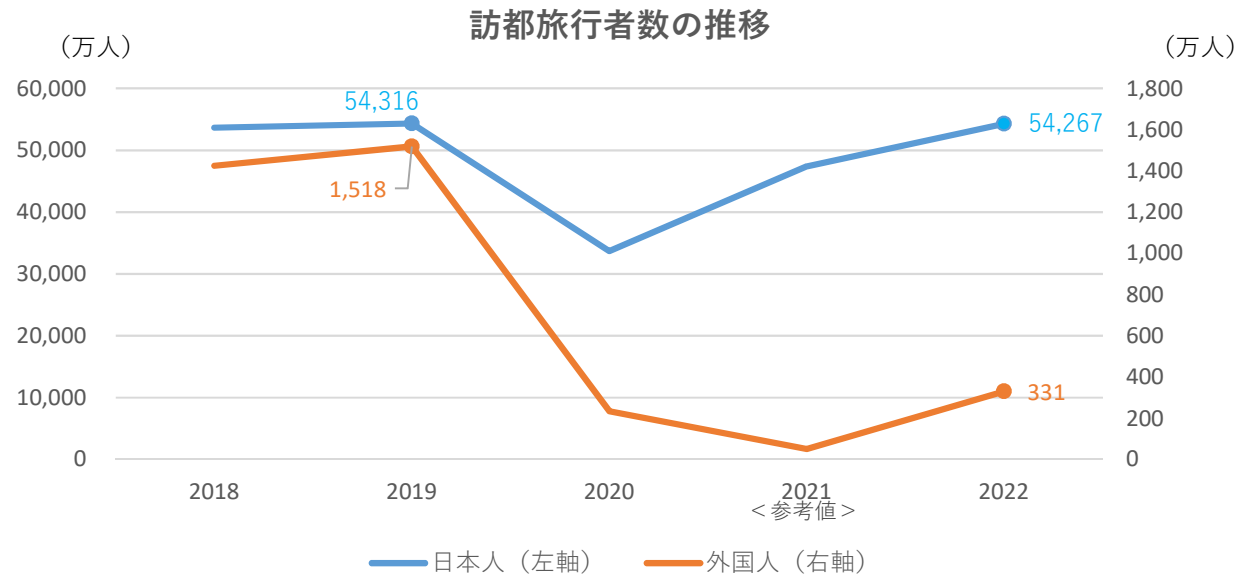
訪日外国人一人当たり旅行支出



いずれも出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

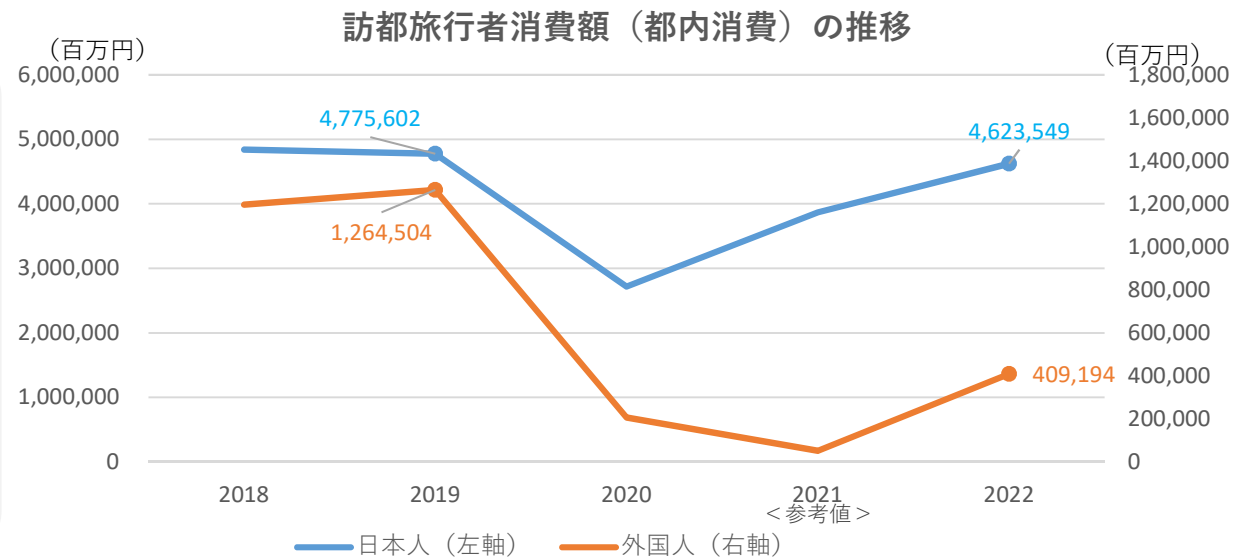
訪都旅行者数

- コロナ前の**2019年**は、**日本人、外国人ともに過去最高**を記録
- 2022年は、**日本人**が2019年の**過去最高水準**まで回復。**外国人**は**2020年を上回った**。



訪都旅行者消費額

- 旅行者数と同様に、コロナ前の**2019年**の消費額は**日本人、外国人ともに過去最高**を記録。
- 2022年は旅行者数の回復により**日本人**は2019年の**過去最高水準**まで回復。**外国人**も回復の兆し



世界における観光都市としての評価

- 魅力的な都市として**東京**は**観光客に高く評価**されている。
- さらなる飛躍のためには、**東京の魅力**をより一層広く**発信**していかねばならない。

観光客が評価する都市ランキング

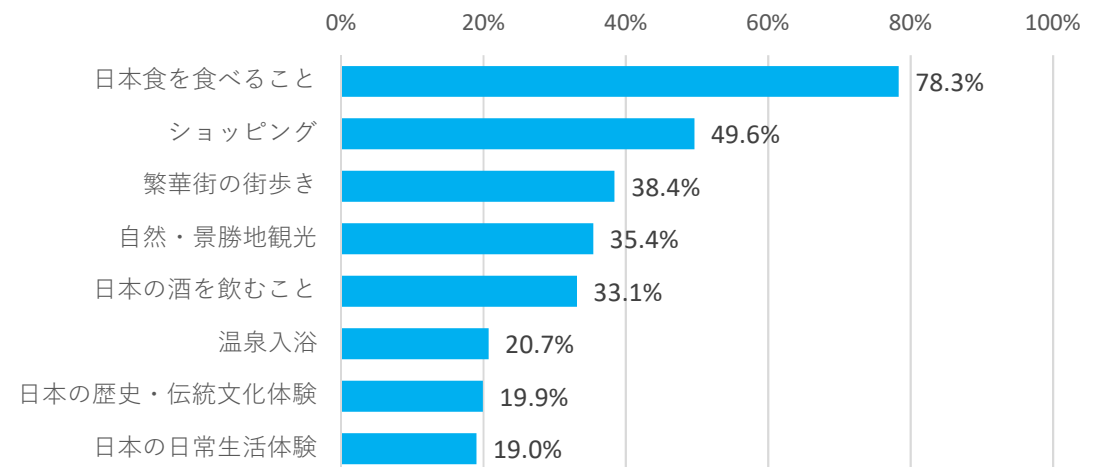
	2020年	2021年	2022年
1位	ロンドン	ロンドン	ロンドン
2位	パリ	東京	パリ
3位	東京	パリ	東京
4位	ニューヨーク	ニューヨーク	ニューヨーク
5位	ベルリン	アムステルダム	ドバイ
6位	シンガポール	ドバイ	マドリード
7位	マドリード	ベルリン	アムステルダム
8位	アムステルダム	モスクワ	モスクワ
9位	モスクワ	マドリード	イスタンブール
10位	ドバイ	シンガポール	ベルリン

出典：森記念財団「Global Power City Index」Global Actor～Tourist～

外国人が日本での観光に期待するもの

- 外国人が日本での観光に期待しているものの上位は、**日本食**や、**ショッピング**、**繁華街の街歩き**など
- 旅行者のニーズに合わせた**観光資源の開発・磨き上げ**が必要

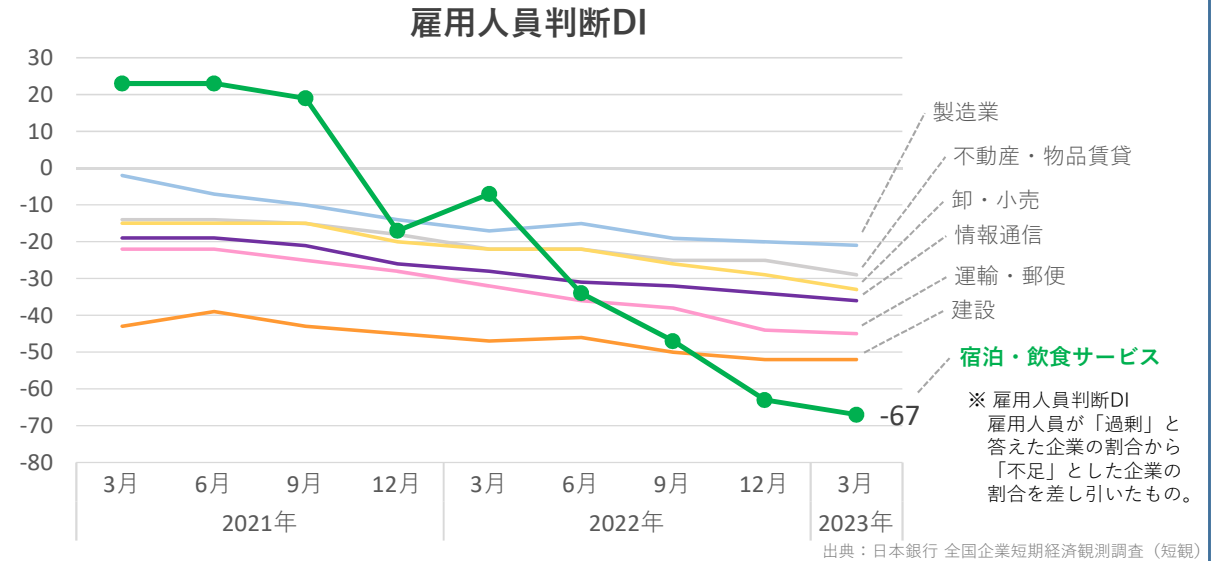
外国人が訪日前に期待していたこと



資料：観光庁「訪日外国人の消費動向 2022年年次報告書」より東京都作成

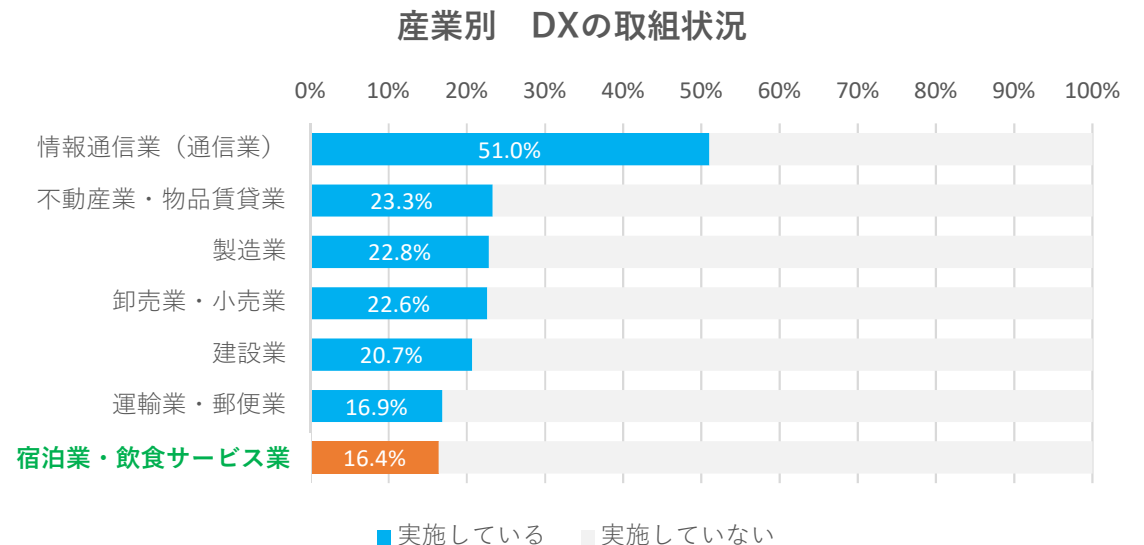
観光産業における人材不足（人材需給のひっ迫状況）

- 旅行需要の回復に伴い、**人材の需給がひっ迫**
- 2023年3月の**雇用人員DI**では、**マイナス67ポイント**となり、他産業と比べ、**人材不足が深刻な状況が鮮明に**



観光産業におけるDXの取組状況

- **宿泊業・飲食サービス業**でDXに取り組んでいる企業は、**16.4%**にとどまる。
- 他の産業と比べても、**遅れている状況**



資料：観光庁「令和4年度観光白書」に基づき東京都作成

5. 観光事業審議会（令和5年6月2日）での主な意見

東京の魅力の発信

- **サステナビリティ**を推進し、**環境先進観光都市**のような打ち出し方をしていくべき
- 東京の魅力を国内に向けても発信し、**国内における相互交流**を作り上げていくことが必要
- **地域の魅力**を知ってもらい、**リピート**していただける環境を作っていくことが大切
- **サステナビリティ**について、**国際的な認証**を得るための取組も効果的ではないか
- コロナ禍で注目された**近場観光の推進**にも引き続き注力していくべき

インバウンド需要の取り込み

- **インバウンド回復の波**が途切れないようにするための取組が必要
- 外国人に需要のある**ナイトライフ観光**を、より一層推進していくべき

多摩・島しょの観光振興

- 東京には亜熱帯の小笠原地域から雪の降る西多摩まで、**多様で魅力的な自然**があり、これを活用していくべき
- **天候に左右されない観光**をいろいろな観点から検討していくことが必要
- **地域に宿泊施設が少ない**という課題もある

観光資源の活用・保全等

- **ユニークベニュー**の活用をさらに進めるべき
- **オーバーツーリズム**に対策について、基礎自治体への支援を充実するべき

高付加価値化の推進

- 高付加価値なものを求める**観光客**を**アテンド・コーディネート**する機能が重要
- **東京ならではのストーリーや伝統**などをもっと高付加価値で提案していくことが必要
- 食をはじめとする**クオリティの高いコンテンツ**を富裕層向けに活用すべき

受入環境整備・バリアフリー化

- **東京2020大会**に向けて推進してきた受入環境整備等の**投資を活かす**ための手立てが必要
- **コロナ禍の教訓**も踏まえ、**様々な危機への備え**を取ることが重要
- **バリアフリー**は障害者だけでなく、高齢者にも必要とされるため、もっと普及させていく必要がある

観光関連事業者への支援

- インバウンドは回復しつつあるものの、ホテルでは**会合や宴会の需要は戻っておらず**、さらなる**付加価値を作っていく**べき
- インバウンドの回復により、短期的には景気がよくなっているが、**バランスシートの回復には時間がかかる**
- コロナによって傷んだ**中小旅行業者や宿泊業者への支援**が重要

人材不足対策

- 人材不足の対策は急務。貴重な人材として、**外国人の活用**や**障害者雇用**を推進するべき
- 人材不足で稼働率が下がってしまうことが**宿泊費の高騰**につながっており、**国際会議の誘致が難しく**なっている
- おもてなし**人材の育成**が必要

他自治体との連携

- 日本の玄関口として、**日本各地に送客**する取組も必要
- **プロモーション**において、**オールジャパンの連携**が必要
- 中国との往来が再開するとオーバーツーリズムが懸念され、東京に来た観光客を**首都圏近郊で面的に受け止める**意識が必要

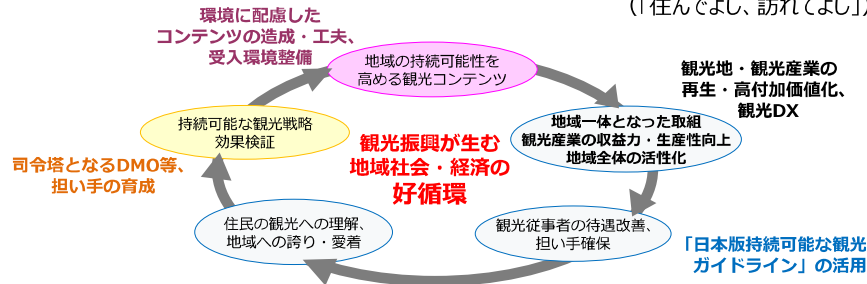
- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱**、**地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、我が国の観光を**持続可能な形で復活させる**。
- **大阪・関西万博**も開催される**2025年**に向け、「**持続可能な観光**」「**消費額拡大**」「**地方誘客促進**」をキーワードに、「**持続可能な観光地域づくり**」「**インバウンド回復**」「**国内交流拡大**」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

計画期間：
令和5～7年度
(2023～2025年度)

基本的な方針

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光振興が**地域社会・経済に好循環**を生む仕組みづくりを推進する
- 観光産業の**収益力・生産性を向上**させ、**従事者の待遇改善**にもつなげる
(「稼げる産業・稼げる地域」)
- **地域住民の理解**も得ながら、地域の**自然、文化の保全と観光を両立**させる
(「住んでよし、訪れてよし」)



インバウンド回復戦略

- **消費額 5兆円**の早期達成に向けて、施策を総動員する
- **消費額拡大・地方誘客促進**を重視する
- **アウトバウンド復活**との相乗効果を目指す

国内交流拡大戦略

- 国内旅行の**実施率向上**、**滞在長期化**を目指す
- 旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる**新たな交流需要の開拓**を図る

目標

■ **早期達成を目指す目標**：インバウンド消費**5兆円**、国内旅行消費**20兆円**

■ **2025年目標** (質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定)

持続可能な観光地域づくり	地域づくりの体制整備	① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100地域
	インバウンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価【新】	20万円/人
③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】		2泊	
④ 訪日外国人旅行者数		2019年水準超え	
⑤ 日本人の海外旅行者数		アジア最大・3割以上	
国内交流拡大	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上	
	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊	
	⑧ 国内旅行消費額	22兆円	

主な施策

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等
- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進
- 国内需要喚起
- ワークーション、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

目指す2025年の姿

- **活力に満ちた地域社会**の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が全国各地で進められ、**観光の質の向上**、**観光産業の収益力・生産性の向上**、**交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の**先進地**としても注目されている

新時代のインバウンド拡大アクションプラン 概要

【観光立国推進基本計画（第4次）の目標】 ①訪日外国人旅行消費額：早期5兆円達成／②訪日外国人旅行者数：2025年までに3200万人（2019年水準）超え

- これまでの「外国人観光客を呼び込む」という観点から更に視野を広げて、インバウンド需要をより大きく効果的に根付かせる方策を検討・取りまとめ
- 以下3分野における約80の施策によって、国際的な人的交流を伴う取組の深化と掘り起しにより、インバウンドの着実な拡大を図る

I. ビジネス分野(40施策)

モノの流れだけでなくヒトの動きを促すことに注力し、日本を舞台とするビジネス交流の拡大を図りながら、国際的なビジネスネットワークの結節点として新たな価値の創造・発信と世界経済におけるプレゼンス向上を図る。

1. 投資拡大の機会を捉えたビジネス交流の促進
 - ・ビジネス交流拡大にも資する国内投資の拡大や開発拠点の整備[1]
 - ・海外企業経営者層等の招へい・ビジネスマッチング拡大、国内外のスタートアップ・エコシステムのネットワーク強化等 [1]-[4]
 2. 国際金融センターの我が国における拠点化
 3. 外国人に対する粒子線治療等の医療の提供
 4. ビジネスマッチング等を通じた海外企業関係者等との交流拡大
 - ・世界的なVC等の招へいイベント開催[7]
 5. 国際会議・国際見本市等の積極的な開催・誘致
 - ・ジャパンモビリティショーや東京クリエイティブサロン等のグローバル化促進によるビジネス交流の拡大[15]
 - ・外資系企業や日本の大手企業等、グローバルに事業展開を行う企業会議の日本開催の促進[16]
 6. 産業資源の活用による新たなビジネス交流需要の獲得
 - ・地域に眠るデザイン資源や、企業の倉庫に眠るアート等を発掘・可視化等を行い、ビジネスインバウンド客向けの延泊・地方送客のための新市場を創出[31]
 7. 人的交流の促進
 - ・国際的なリモートワーカー（デジタルノマド）呼び込みのためのビザ・在留資格などについて本年度中の制度化[36]
 - ・訪日プロモーションにおけるJNTO海外事務所と在外公館の連携強化[40]
- ✓ ビジネス目的での訪日外国人旅行消費額を2割増加（7,200億円（R1）⇒8,600億円（R7））
- ✓ 国際会議の開催件数（※教育・研究分野等で行われるものを含む）・アジアNo.1の開催国として不動の地位、世界5位以内（R12）
- ✓ 展示会・見本市への外国人参加者数を2割増加（139千人（R1）⇒167千人（R7））

II. 教育・研究分野(13施策)

大学等の研究力の強化、海外の研究拠点の呼び込み、国際学会の積極的な開催・誘致を図り、日本の大学や研究機関のレベルアップと国際頭脳循環の推進を図る。留学生の受入れ促進や教育の国際化により、教育分野の人的交流を促進する。

1. グローバル・スタートアップ・キャンパス構想の推進
 - ・海外トップ大学等とも連携した、研究機能とインキュベーション機能を兼ね備えたグローバル拠点の創設[41]
 2. 世界トップレベルの研究人材の交流促進
 - ・10兆円規模の大学ファンドによる国際卓越研究大学への支援や、地域の中核大学・特定分野の強みを持つ大学の強化による、研究環境の整備[42][43]
 - ・世界トップレベルの研究水準を誇る国際研究拠点の形成、国際共同研究に対する戦略的・機動的な支援による、国際頭脳循環の推進[44][46]
 3. 留学生等の積極的な受入れ
 - ・各国の学生の留学を巡る諸情報の収集・分析、リクルーティングや広報の強化、高校生の国際交流の促進、大学の国際化の推進等により、2033年までに外国人留学生受入数40万人を実現 [47]-[49]
 4. 国際学会の積極的な開催・誘致
 - ・国際卓越研究大学における国際学会開催数等の評価、海外のトップ研究者との国際共同研究の支援[50]
 - ・国際学会等の開催に向けた支援、関係省庁間の連携[51]
 - ・重要な学会等国際会議の主催者等への助成[53]
- ✓ 海外からの研究者の受入れ数を2割増加（13千人（R1）⇒16千人（R7））
- ✓ 科学技術・自然・医療・社会分野等に係る国際会議への外国人参加者数を2割増加（155千人（R1）⇒186千人（R7））

III. 文化芸術・スポーツ・自然分野(25施策)

文化芸術の国際発信強化とグローバル展開をビジネスの観点を取り入れつつ戦略的に進めるとともに、スポーツ産業の拡大に向けてビジネスの視点での施策を展開するほか、自然体験を楽しむ特色ある取組を全国各地で創出する。

1. 海外向けコンテンツビジネスの育成・発展
 - ・個別の作品を超えて作家ごとの海外展開等を行う仲介者への支援や翻訳家の育成等によるコンテンツの海外展開支援[54]
 - ・官民連携によるトップアーティストの発掘、グローバルレベルでのキャリアを積む場への参加等の育成支援[56]
 - ・メディア芸術分野振興の中核となる国際拠点整備[57]
 - ・先進的なデジタル技術を活用したコンテンツ創出支援等による映像コンテンツ産業の海外展開推進・デジタル化[61]
 - ・海外に開かれた文化芸術拠点となる国際的なアートフェアの誘致等の拡大[62]
 2. スポーツコンテンツビジネスの国際展開・スポーツツーリズムの推進
 - ・バーチャル空間等の先端技術の活用によるスポーツ環境の向上、スポーツと他産業との連携による事業創出の推進[67]
 - ・プロスポーツ団体によるスポーツイベントを活用した観戦ツアー・競技体験・交流会等の特別なコンテンツの提供等[68]
 - ・海外の道場と繋ぐオンライン稽古やミニ武道体験等、武道等に着目したスポーツツーリズムを契機とした地方誘客の促進[69]
 3. ナイトタイム等におけるコンテンツの充実
 - ・美術館・博物館の早朝・夜間開館をはじめとした文化資源の活用、特別な体験の提供[71]
 4. 国際会議・国際見本市等の積極的な開催・誘致
 - ・世界遺産をはじめとする文化財の抜本的活用の促進[73]
 5. 少数限定の宿泊体験・体験型コンテンツの提供
 - ・民間提案による国立公園利用の魅力向上に向けた複数国立公園における具体的事業構想の検討、先端モデル地域の決定[76]
- ✓ 世界のアート市場における我が国の売上額シェアを7位に引き上げ（ランク外（R1）⇒7位（R7））
- ✓ スポーツ目的の訪日外国人旅行者数を2割増加（229万人（R1）⇒270万人（R7））

本アクションプランのフォローアップを行い、進捗の点検と取組の一層の充実・強化を図る

令和5年版観光白書の概要

第I部 令和4年観光の動向

第1章 世界の観光の動向

第2章 日本の観光の動向

第3章 持続可能な観光地域づくり -観光地や観光産業における稼ぐ力の好循環の実現- (テーマ章)

1 新型コロナウイルス感染症からの観光の回復に向けた動きと、稼げる産業への変革の必要性

- 回復に向かう観光需要 (国際観光客数・国際観光収入)
- 顕在化する観光産業の構造的課題-「稼げる産業」へ変革の必要性
 - ①賃金・人手不足
 - ②雇用の波動性

2 観光分野における稼ぐ力の現状と課題

- 観光GDP (付加価値額) の国際比較
- 観光従事者一人当たり「稼ぐ力」の国際比較 (1人当たり付加価値額・雇用者所得額)
- 観光GDPの国際比較による日本の課題-観光就業者一人当たり付加価値額の強化
- 観光分野の稼ぐ力 (付加価値) の好循環による持続可能な観光

3 観光地の稼ぐ力による地域活性化の好循環の取り組み

- 観光地の稼ぐ力をデータで「見える化」
- 観光地の稼ぐ力による地域活性化の好循環の取組事例
- 持続可能な観光地域づくりに向けた国の政策方針 (観光立国推進基本計画)

第II部 令和4年度に講じた施策 / 第III部 令和5年度に講じようとする施策

第1章 持続可能な形での観光立国の復活

第2章 観光立国の実現に向けた観光施策