資料２

東京の観光産業の復活に向けて
～東京2020大会後を見据えた施策の方向性～
（素案）

令和2年10月

東京の観光振興を考える有識者会議

位　置　づ　け

- 「東京の観光振興を考える有識者会議」**意見のとりまとめ**（素案）

  令和元年度：東京2020大会とその先を見据えて主要な論点を整理

  令和２年度：ウィズコロナ時代における東京の観光産業の復活に向けた施策展開を議論

- 10月19日の第２回会議の議論を経て、**11月上旬に最終版を公表**

ポ　イ　ン　ト

- **感染拡大による変化**を踏まえ今後目指すべき観光施策の**基本的考え方**を整理
- **東京の観光産業**の**復活**に向けた**施策の方向性**を提示（概ね令和３年度まで）

Ⅰ　東京の観光産業を取り巻く状況

1　東京2020大会に向けたこれまでの取組

- 「東京都観光産業振興実行プラン」により急速な環境の変化に迅速・的確に対応
- 訪都外国人旅行者数は７年連続で過去最多、観光消費額も2019年に過去最高を記録

2　感染症の拡大による環境変化

- 全世界で同時に移動が制約され、観光産業には過去に例のない深刻な打撃
- 海外から国内への往来も、10月１日より新規入国受入の一部再開決定など緩和の動き

3　東京2020大会の準備状況

- 2021年の大会は、同一日程・同一会場での実施を決定
- 感染症対策については、国・都・組織委員会などによる調整会議において対応を検討

Ⅱ　ウィズコロナ時代における観光施策の基本的な考え方

1
インバウンド回復に備え観光基盤を強化

- 旅行者・事業者双方の感染リスク軽減、感染症対策の正確な情報発信が必要
- 都民による都内観光などの促進、地域の観光資源を総点検、充実と磨き上げ
- 海外に対しては東京への関心の繋ぎとめが必要

2
東京2020大会において東京の観光復活をアピール

- 本格的なインバウンド再開に向けた受入態勢を整備
- 競技会場など大会のレガシーを活用して切れ目なく観光需要を創出
- 地方との連携を強化して共存共栄へ

3
「持続可能な観光」を目指す施策展開

- 富裕層やMICEの誘致など経済波及効果に着目
- 働き方やデジタル環境の変化などに対応して観光産業の生産性を向上
- SDGsの視点に立った観光地域経営を実現

Ⅲ　東京の観光産業の復活に向けた施策の方向性

1　観光基盤の強化と段階的な誘客

（1）「新しい日常」への対応を着実に推進

誰もが安心して旅行できる環境は、ウィズコロナ時代の基礎的なインフラである。

- ICTを活用した非対面・非接触対応のオペレーションの推進
- 事業者・旅行者双方に「感染しない・させない」責務を呼びかけ

（2）旅行者の志向の変化に対応し、東京の魅力を生かした国内観光を振興

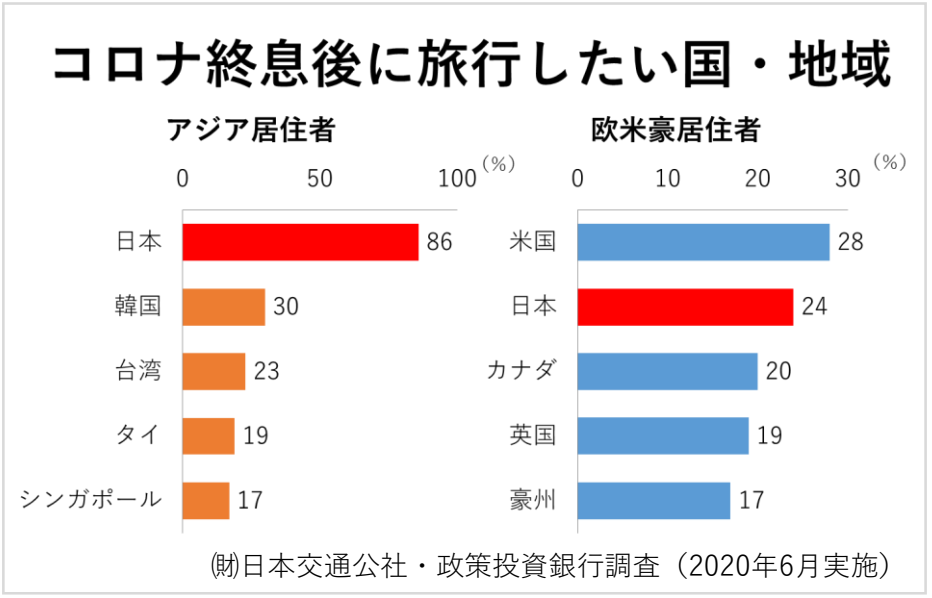
インバウンドの観光客受入経験を国内への誘客に生かすという視点が重要である。

- 都民の観光需要促進策と魅力発信キャンペーンを集中的に展開
- 近郊地への観光、自然志向、健康志向の旅に多摩・島しょ地域の魅力を活用

（3）インバウンド回復を見据えた東京観光の魅力発信

日本への訪問意向は、アジア・欧米豪いずれの地域においても高い。

- 安全・安心な観光ができる東京を全世界に効果的に発信



(財)日本交通公社・政策投資銀行調査（2020年6月実施）

Ⅲ　東京の観光産業の復活に向けた施策の方向性

2　東京2020大会を契機とした施策展開

（1）あらゆる旅行者をオール東京で歓迎する受入態勢の整備

国内外の旅行者に対し、一人ひとりが歓迎する姿勢で接することが重要である。

- 観光事業者や都民への意識啓発
- パラリンピックの開催都市としてアクセシビリティの高さを発信

（2）大会のレガシーを活用した大会後の観光需要の創出

大会の成功は、観光都市・東京の最も強力なＰＲであり、
大会直後からの発信が重要である。

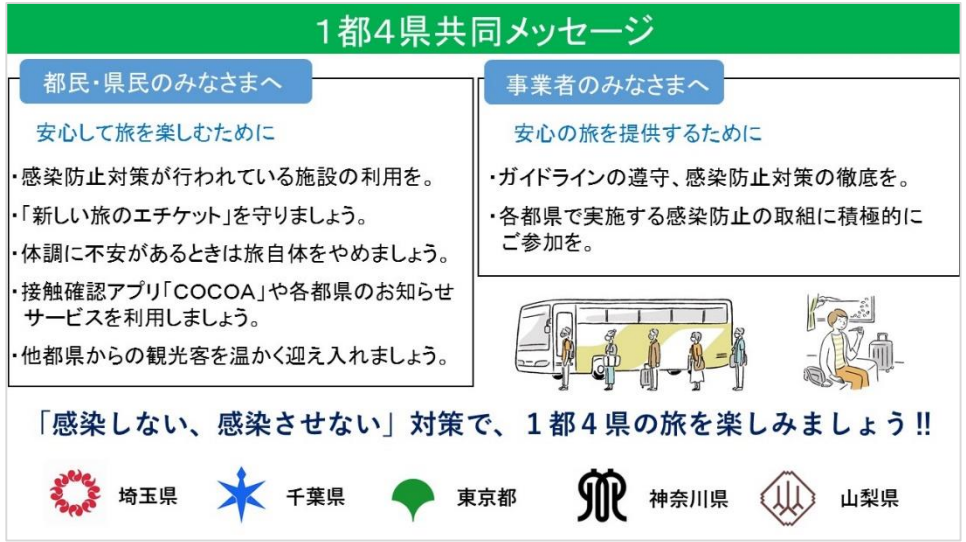
- 大会関連施設周辺を都民や旅行者の交流の場へ
- 日本文化を活用して海外からの誘客を促進

（3）日本各地との連携により大会の効果を全国に波及

東京がゲートウェイとして地方の観光資源をＰＲすることが
重要である。

- 域内観光の活性化に向けた相互ＰＲを１都４県から展開
- 日本各地の魅力を海外旅行者に発信

１都４県による共同メッセージ（令和2年9月25日）



Ⅲ　東京の観光産業の復活に向けた施策の方向性

３「持続可能な観光」を目指す視点での施策

（１）経済波及効果に着目した富裕層、MICEなどの誘致施策の展開

東京の受入基盤を活用し、誘致による経済効果を最大化する。

- 長期滞在や富裕層向けコンテンツの充実
- 都市間競争が継続する中、多様な形態のMICEを誘致

（２）観光産業におけるDXの浸透を図り事業者等の経営力を強化

感染症を契機とした社会の変化は、観光産業の変革のチャンスである。

- ICTを活用した多言語情報や混雑状況の発信
- デジタルデータ等の活用により受入環境をレベルアップ

（３）SDGsの視点に立ち、地域・住民に寄り添った持続可能な観光地域経営

「経済」「社会」「文化」「環境」のバランスの取れた持続可能な観光地を目指すべきである。

- 都民の観光に対する意識やSDGsを踏まえた指標の把握