

PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン
～観光産業の復活と持続的な成長に向けて～
素案（概要）

令和 3 年 11 月 5 日

第1章 東京の観光産業振興の意義

1 新たなプラン策定の意義

- 新型コロナにより深刻な影響を受ける中、旅行者ニーズの変化等に対応した観光関連事業者の取組を強力に後押しし、持続可能な観光産業へと進化させることが必要
- 本プランの推進により観光産業を再び成長軌道に乗せ、世界最高の「PRIME 観光都市・東京」を実現

2 観光を取り巻く状況

新型コロナウイルス感染症の影響

- 10年連続で増加していた国際観光客数は、渡航制限等により大きく減少し、2020年は前年比73.1%減の3億9,400万人
- UNWTO（国連世界観光機関）によると、国際観光客数の2019年の水準への回復は、2023年半ば～2024年との予測
- 訪都旅行者数・旅行消費額等も2020年は大幅に落ち込み

感染症防止と社会経済活動の両立に向けた取組

- 観光関連事業者が取り組む感染防止対策への支援
- 宿泊施設のテレワーク利用の促進など新たなビジネス展開を支援
- 観光需要回復を見据えた準備に取り組む観光関連事業者を支援
- 将来のインバウンド再開を見据えて、東京の魅力の効果的に発信

観光を巡る最近の動向

新しい旅行スタイルの動き

- ・ 長期滞在型観光やワーケーションなど新たな旅行スタイルへの注目
- ・ 旅行者意識の変化等を的確にとらえ、三密を回避した安全・安心な旅行スタイルの普及が必要

デジタル化の進展

- ・ 新型コロナの拡大により、社会のデジタル化がより一層進展
- ・ MICEについても、オンライン・ハイブリッドでの開催が増加

持続可能な観光の推進

- ・ 世界の半数以上の旅行者が「よりサステナブルを旅行」を希望
- ・ 国内の観光地においても持続可能な観光を推進する動き

第2章 今後の観光産業振興の方向性

1 基本理念

観光産業の復活と「サステナブル・リカバリー」の実現

- 厳しい経営状況に置かれた観光関連事業者が事業活動を続け、成長していけるよう、**観光産業の活性化に向けた取組**を積極的に推進
- インバウンドの回復が見込めない時期においては、**国内観光に重点**を置き、**都民及び国内からの誘客**を促進。あわせて、**観光関連事業者の新たな取組等を強力に後押し**
- **社会、経済、文化、環境などに配慮した観光地域経営**を進めることで、観光都市としての魅力を高め、**観光分野におけるSDGs達成**に貢献

2 基本理念の実現に向けた戦略と施策

- 基本理念の実現に向け、以下**3つの戦略に基づき施策を展開**
- MICEについても3つの戦略に基づいて施策を展開

戦略1 観光産業の活性化

戦略2 社会変化等に対応した「新しい観光」の浸透

戦略3 持続可能な観光の推進

- 本プランの計画期間は、**2022年度から2023年度までの2年間**

3 目指すべき将来像と政策目標

- 都民、経済、文化、環境に係る**4つの目指すべき将来像**を設定
- 「**未来の東京**」戦略に掲げる**2030年に向けた政策目標**を設定

4 観光産業の復活に向けたロードマップ

- 観光需要の回復フェーズを3段階に整理した上で施策を展開

フェーズ1 観光関連事業者への支援と旅行需要回復に向けた取組

- ✓ 観光関連事業者の**感染防止対策**や**経営力向上への取組**を支援
- ✓ 東京への関心を繋ぎ止めるため、東京の魅力を**国内外へ継続的に情報発信**
- ✓ **デジタル技術の活用**や**受入環境の整備**、東京ならではの**観光資源の磨き上げ**

フェーズ2 旅行者意識の変化に対応しながら国内旅行者を誘致

- ✓ 国内向けプロモーションや日本各地との連携により**国内観光を活性化**
- ✓ 観光時間の分散化や長期滞在、**マイクロツーリズム**を推進
- ✓ **都民の観光への理解を促進し、シビックプライド***を醸成

フェーズ3 入国制限の緩和に合わせたインバウンド誘致

- ✓ インバウンドを呼び込むための**本格的な海外プロモーション**を展開

基本的な考え方

- 厳しい経営状況に置かれている観光関連事業者の事業活動の活性化に向けた取組を強力に後押しし、東京の成長の原動力である観光産業を回復軌道に乗せることが重要
- インバウンドの回復までの間、国内観光需要を喚起するとともに、東京の魅力を国内外に発信し、旅行者の関心のつなぎとめが必要
- 今後は、観光関連事業者の経営力向上に向けた支援の強化、国内外へのプロモーションの展開、インバウンド対応やバリアフリー化など受入環境の整備を促進

施策体系

施策1 観光関連事業者の経営力向上への支援

観光関連事業者に対する支援基盤を構築するとともに、観光関連事業者の収益力向上や人材の育成・活用を支援

施策2 国内観光の活性化と国内外へのプロモーション

国内観光の振興を強力に推進するとともに、インバウンド回復期には、海外市場毎の動向等を踏まえて戦略的なプロモーションを実施

施策3 あらゆる旅行者が快適に滞在できる受入環境の整備

多言語対応や多様な文化・習慣への対応など受入環境の整備を行うとともに、バリアフリー化やアクセシブル・ツーリズムを推進

施策1

観光関連事業者への支援に係る基盤の構築

- 観光関連事業者の相談事項等に対応する支援メニューをワンストップで案内する総合窓口を設置
- オンラインを活用して都内観光関連事業者の海外事業者との商談やネットワークの機会を恒常的に提供

観光人材の育成・活用

- 大学等と連携した講座の開催を通じて、観光経営やデジタルなど時代のニーズに即した専門人材を育成

施策2

国内観光の活性化

- 国内旅行者を対象として、旅行者の多様な関心・志向を踏まえたプロモーションを展開し、東京の新たな魅力を発信

海外プロモーションの展開

- 民間事業者等との連携を強化するなどTokyo Tokyo アイコンを活用したブランディングの取組を拡充

施策3

インバウンド向け受入環境の整備

- 東京観光情報センターのコンシェルジュによるオンライン観光案内を強化

アクセシブル・ツーリズムの推進

- 都内宿泊施設のバリアフリー化やリフト付き観光バス等の導入を支援するとともに、観光バス等の乗務員の接遇向上に向けた取組を促進

基本的な考え方

- ▶ 観光関連事業者におけるDXの導入を促進することにより生産性を向上させるとともに、旅行者へのサービスの質を高めることが重要
- ▶ 旅行の小規模化・分散化など、三密を回避する旅行者の志向を踏まえ、多摩・島しょの豊かな自然などの観光資源の魅力を生かして新たな旅行ニーズに対応していくことが必要
- ▶ 今後は、観光分野におけるデジタル技術の活用、東京ならではの観光資源を磨き上げ、マイクロツーリズムなどを一層推進

施策体系

施策4 デジタル技術を活用した観光の推進

デジタル技術の活用を促進するとともに、客観的なデータを提供することにより、観光事業者の効果的なデジタルマーケティングを推進

施策5 東京ならではの観光資源の磨き上げと新たな観光スタイルの浸透

多様な主体の連携により地域の観光資源を開発するとともに、多摩・島しょ地域の新たな観光資源を開発・発信し、都内や近隣エリアでの周遊を促進

施策4

観光関連事業者のDX導入促進

- 観光関連事業者が生産性向上のために取り組むデジタル化や新サービス・商品開発を支援

デジタル技術を活用した受入環境整備や観光振興

- 旅行者の利便性や周遊性の向上を図るため、多摩地域における観光型MaaSの導入を支援
- デジタル技術を活用したバーチャル空間でのスポーツ体験を通じて、東京の観光地としての魅力を国内外に発信

デジタルマーケティングの推進

- 観光統計データを視覚化して分かりやすくまとめたダッシュボードを構築・公開し、都内の各地域や団体、事業者等が行うマーケティング活動を支援

施策5

多様な主体の連携による地域の観光資源開発

- 都内旅行業者が周辺の観光関連事業者等と連携し、その地域ならではの旅行商品を造成する取組を支援

「新しい日常」に対応した観光スタイルの浸透

- 観光時間の分散化を図るため、夜間・早朝に行われるイベント等の支援を行うとともに、ウェブサイト等で発信

多摩・島しょ地域における観光資源の開発・発信

- 多摩・島しょ地域において滞在型旅行(ロングステイ)に係る環境を整備するため、新たな取組を行う中小企業者等を支援

基本的な考え方

- 東京の観光産業の復活に向けては、サステナビリティへの意識の高い旅行者に選ばれるよう、観光が生み出す負荷や悪影響を軽減する「持続可能な観光地」となることが重要
- 地域・住民に寄り添い、経済、文化、環境などSDGsに配慮した観光を推進することにより、都民の観光への理解を促進するシビックプライドの醸成が必要
- 今後は、地域住民の理解を得ながら、観光消費額の拡大に取り組むとともに、観光関連団体等の体制を強化することにより、観光産業の持続的な成長を推進

施策体系

施策6 地域・住民に寄り添った観光地域経営の推進

持続可能な観光地とするため、都民の観光への理解・参加を促進するとともに、地域の観光の担い手を確保・育成し、地域に暮らす住民や環境に配慮した観光を推進

施策7 観光産業の持続的な成長に向けた基盤の強化

観光消費額の拡大に向けた取組を推進するとともに、観光関連事業者や地域の観光関連団体への支援体制強化などを通じ、観光産業の基盤を強化

施策6

都民の観光への理解促進

- 都民が観光客を積極的に受け入れられるよう、観光振興の意義・メリット等を動画で分かりやすくPR

地域における観光の担い手確保・育成

- 学校での教育旅行受入れによる国際交流の機会を活用し、生徒が発掘した東京・地域の魅力を留学生に紹介する体験を支援

事業者や地域の危機管理対応への支援

- 感染症対策の内容を充実させた「外国人旅行者の安全確保のための災害時初動対応マニュアル」をセミナー等で周知

SDGs達成への貢献に向けた取組

- 小学生や中高生等を対象としたスタディツアーを地域に普及させるため、実態調査やツアーモデル造成支援等を実施

施策7

観光消費額の拡大に向けた観光コンテンツの開発と誘客

- 富裕層旅行の受入強化のためのネットワーク組織のメンバー間の連携を強化することで富裕層向けコンテンツの充実を図るとともに、専門知識やノウハウを有する旅行ガイドを育成

地域の観光関連団体等の持続可能な発展を推進

- 観光協会等の自主的な取組や団体間の連携の強化に向け、オンラインプラットフォームを新たに設置

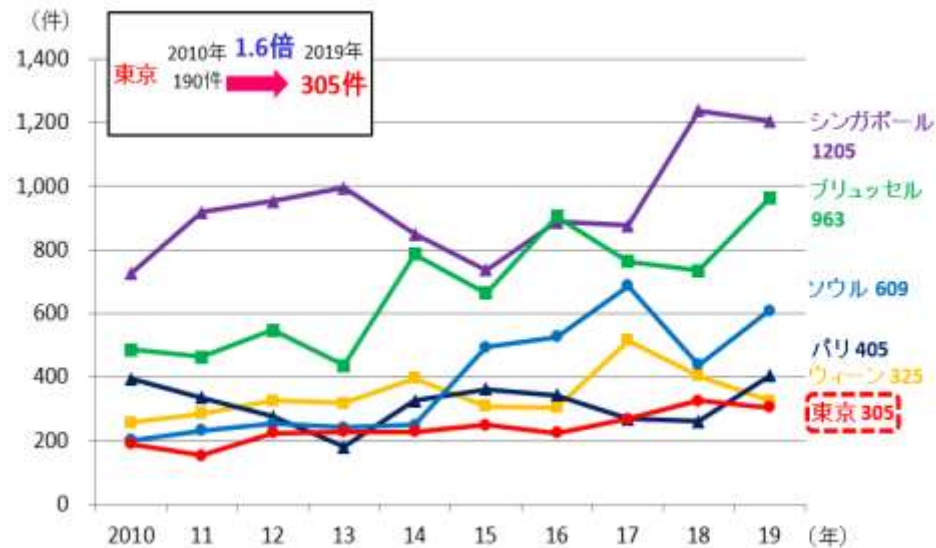
多摩・島しょ地域における持続可能な観光の推進

- 島しょ地域の観光産業の活性化を図るため、町村、観光協会、その他観光事業者が行う課題解決に向けた新たな取組を支援

基本的な考え方

- MICE開催都市として選ばれ続けることは東京のプレゼンスの向上につながるため、誘致に向けた支援は重要
- 安全・安心な受入環境整備の更なる促進や、DXの進展を踏まえたICTなどの先端技術を活用したMICEの確立に向けた取組を推進
- SDGsに配慮した開催を支援するとともに、受入れに対する都民の理解を促進し、サステナブルなMICEを実現

都市別の国際会議開催件数



出典：「国際会議統計」（日本政府観光局）

① MICE誘致に向けた競争力の強化

- MICE主催者等の誘致活動を支援するため、海外への訪問営業やミーティングプランナーに向けたPRなどの取組を充実
- 感染症対策への支援の充実や、東京での安全・安心な国際会議の開催をPRするための取組を支援
- MICEの分散開催に対応するため、都内各地域のMICE拠点と連携した誘致を促進

② MICEにおけるDXの推進

- デジタル技術を活用したMICE開催を促進するため、他の事例の調査や実際の会議を活用した実証実験を行い、東京における次世代型MICEのガイドラインを策定
- MICE業界の関連事業者におけるデジタル技術の知識やノウハウを有する人材の育成を支援

③ 持続可能なMICEの推進

- 主催者によるSDGsの取組に必要な経費等の支援を充実
- MICE開催の意義を都民に伝えるとともに、経済波及効果や地域の発展への寄与を検証し、戦略に反映
- 多摩地域でのMICE開催を促進するため、多摩ビジネスイベンツ重点支援エリアにおける受入体制や人材育成を強化

第4章 観光産業振興プランの実現に向けて～指標型観光地域経営の推進～

- 政策目標の達成に向けて管理指標を設定し、PDCAサイクルを活用しながら定期的に評価した上で、新たな施策や改善策の企画・立案に反映していく。

目指すべき将来像と政策目標（2030年）

A (都民)

都民の観光への参画が促進され、旅行者を歓迎する気運が高まり、都民と旅行者との双方の満足度が高い観光都市

- (政策目標)
- 国内旅行者に対する都民の受入意向：45.1% → **50%以上**
 - 外国人旅行者に対する都民の受入意向：31.8% → **50%以上**

B (経済)

長期滞在の旅行者やリピーターの増加、MICE開催などにより消費額が拡大し、観光による効果を都民が享受できる都市

- (政策目標)
- 訪都国内旅行者消費額：4.8兆円 → **6兆円**
 - 訪都外国人旅行者消費額：1.3兆円 → **2.7兆円**
 - 訪都国内旅行者数：5.4億人 → **6億人**
 - 訪都外国人旅行者数：1,518万人 → **3,000万人超**
 - 国際会議開催件数の順位（都市別）：6位 → **3位以内**

C (文化)

東京の伝統芸能や食など東京の持つ芸術文化の魅力が最大限生かされ、旅行者と都民とが交流する都市

- (政策目標)
- 東京の文化的環境を楽しんでいる人の割合：52.9% → **70%以上**

D (環境)

温室効果ガスの排出削減や生物多様性の保全など環境により配慮した観光を推進する都市

- (政策目標)
- 都内温室効果ガス排出量の削減：**50%削減（2000年比）**

管理指標

[凡例] ↑：増加 →：維持

分類	管理指標	現状	目指す方向性
A	都内観光する都民の割合	30.2%	↑
	観光に係る活動に関心がある都民の割合	28.0%	↑
	観光に係る活動の経験がある都民の割合	17.4%	↑
B	国内旅行者の満足度	95.0%	→
	外国人旅行者の満足度	95.4%	→
	都内延べ宿泊数	7,898万人泊	↑
	訪都外国人リピーター率	56.4%	↑
	生産波及効果	11.8兆円	↑
	雇用効果	99万人	↑
C	観光地としての魅力向上に芸術文化が重要と考える都民の割合	67%	↑
	都指定文化財件数	825件	→
	都内国宝・重要文化財等指定件数	3,268件	→
D	再生可能エネルギーによる電力利用割合	17.3%	↑
	生物多様性の拠点である保全地域の新規指定拡大	約758ha	↑

第5章 これまでの取組の成果と東京2020大会のレガシー

(1) 外国人旅行者が快適に滞在できる環境整備とおもてなし

①多言語対応の推進

- ・外国人旅行者が多く訪れる地域等での観光案内標識の整備、多言語コールセンターサービスの実施、クレジットカード決済端末等導入への支援

②外国人旅行者の受入環境の向上

- ・観光案内所の整備、デジタルサイネージの設置、Wi-Fi環境の都立施設等での整備及び区市町村への支援

< TOKYO FREE Wi-Fi エリアサイン >



③ボランティアの育成

- ・観光ボランティアの中核となるボランティアリーダーのほか、観光ボランティアの候補となる中高生の「おもてなし親善大使」を育成

④多様な文化・習慣への対応

- ・ムスリム等多様な文化や習慣の理解促進に向け、受入対応セミナーや専門家の個別派遣等を実施

⑤アクセシブル・ツーリズムの充実

- ・宿泊施設のバリアフリー化への補助、事業者向けセミナーやアドバイザー派遣等を実施

(2) 地域における観光振興の取組を推進

- ・観光協会や民間企業等が連携して行う観光資源の発掘や磨き上げ等に対し、複数年度にわたって事業の定着化を支援

< 元町浜の湯 (大島町) >

- ・体験型・交流型の要素を取り入れた新たなツーリズムを開発する事業者等を支援
- ・島しょ地域における観光資源のブランド化に向けて観光協会、商工会、民間事業者等の取組を支援



(3) 東京の魅力発信と観光プロモーションの効果的な展開

- ・アイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」を活用した商品の開発・販売等、民間と連携して東京の魅力を国内外に発信

< 「Tokyo Tokyo Old meets New」アイコン >



- ・大会後の来訪につなげるため、テレビCMの放映、オンライン広告の掲出、観光レップを活用したPR等を展開
- ・ユニークベニューの魅力や活用方法等を発信するため、施設の視察ツアーやレセプション等を含めたショーケースイベントを実施

(4) 日本各地と連携した国内外旅行者の誘致を推進

- ・ラグビーワールドカップ2019™の開催都市と連携したプロモーションを展開
- ・世界自然遺産を有する道県と連携し、各自然遺産の魅力や知名度を生かした共同プロモーションを実施
- ・都内にある全国各地のアンテナショップと連携したイベントや、冊子によるPRを展開

- これまでの取組の成果を観光産業の復活の礎として一層推進
- 日本各地との連携を強化し、オールジャパンで観光による地域の活性化を図り、日本の経済再生に貢献
- 東京2020大会に向けた取組を都市のレガシーとして発展させ、世界中のあらゆる人々を魅了する観光都市へと進化