

ともにつくる新しい観光

～東京2020大会後を見据えた施策の方向性～

令和2（2020）年11月

東京の観光振興を考える有識者会議

はじめに

観光に係る様々な分野の有識者から構成される「東京の観光振興を考える有識者会議」では、観光を取り巻く環境変化を踏まえつつ、迅速に実施すべき観光施策や今後の観光振興の方向性について議論を行ってきた。

2019年度においては、東京オリンピック・パラリンピック競技大会とその先を見据えた観光振興に係る主要な論点について、取りまとめを行ったところである。

一方で、2019年から、中国に端を発した新型コロナウイルス感染症は、2020年には世界各地で猛威を振るうに至り、経済社会活動や住民生活に大きな影響をもたらしている。感染拡大による東京2020大会の延期に加え、全世界で同時に移動が制約されたことは、とりわけ観光産業に過去に例のない深刻、かつ多岐にわたる影響を与えている。

感染症の拡大は、都民・旅行者の意識や社会経済状況には大きな変化をもたらしたが、“旅”の魅力が失われたわけではない。

今後は、国内観光の活性化などにより観光の基盤強化を図ることに加え、東京2020大会の機会を最大限に活かすため、あらゆる旅行者を歓迎する受入態勢を整えていくことが重要である。

また、中長期的には、観光の持続可能性の視点から地域や都民に寄り添った施策を推し進め、SDGsの実現に貢献していくことも求められる。

2020年度における本会議では、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のあり方について議論し、このたび、意見を取りまとめた。

都においては、今回取りまとめた意見を踏まえ、観光産業の復活に向けて戦略的な取組を推進していくことを期待する。

2020年11月

東京の観光振興を考える有識者会議 座長 本保 芳明

目次

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
- 2 感染症の拡大による環境変化
- 3 東京2020大会の準備状況

II ウィズコロナ時代における観光施策の基本的考え方

- 1 国内観光の需要を喚起しつつ、
インバウンド回復に備えた観光基盤の強化期間とする
- 2 世界の注目が東京に集まる東京2020大会を、
東京の観光復活をアピールする機会に位置付ける
- 3 「持続可能な観光」を目指す視点から、観光産業の
生産性の向上を図るとともに、SDGsを意識した施策を展開

III 東京の観光産業の復活に向けた施策の方向性

1 東京の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
- (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
- (3) インバウンド回復を見据えた東京観光の魅力発信

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
- (2) 大会のレガシーを活用した大会後の観光需要の創出
- (3) 日本各地との連携により大会の効果を全国に波及

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
- (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
- (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の推進

IV 附属資料

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（以下「都」という。）では、これまで、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「東京2020大会」という。）に向けて、世界有数の観光都市・東京へと飛躍するため、計画的に観光産業の振興を推進してきた。

2017年度からは、観光を巡る急速な環境の変化に迅速かつ的確に対応するため、中長期的な視点に立ち、総合的かつ体系的な施策の展開を目指し、「東京都観光産業振興実行プラン」を新たに策定し、状況の変化に対応するため、内容を更新しながら、施策を展開してきた。

2019年度からは、「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン～東京2020大会に向けた重点的な取組～」において東京2020大会に向けて重点的に取り組むべき施策を選定し、メリハリのある施策展開によって大会に向けた取組を加速してきた。

こうした取組により、東京を訪れる外国人旅行者数は2013年から2019年まで7年連続で過去最多、その観光消費額も2019年に過去最高を記録するなど、国際観光都市としての実績を着実に積み重ねてきた。

2 感染症の拡大による環境変化

2019年中国で発生した新型コロナウイルス感染症は、アジア、ヨーロッパ、アメリカ、アフリカなど世界で感染が確認され、今もなお、世界はウイルスとの厳しい戦いの最中にある。今回の感染症によって、全世界で同時に移動が制約されたため、世界の観光は過去に例のない影響を受けている。世界的な航空旅客需要が回復する時期は、2024年になるとの見通しもある。

日本国内においても、2020年2月以降、インバウンド需要の“蒸発”に加え、国内旅行の取扱額や日本人の延宿泊数は、足元で改善の兆しがみられるものの、大きなマイナスとなっている。

国は、失われた旅行需要の回復と旅行中における地域の観光関連消費の喚起を図るため、7月22日から国内旅行を対象に宿泊・日帰り旅行代金の35%を割引する「Go To トラベル事業」を開始した。10月1日からは、宿泊・日帰り旅行代金の15%相当分の旅行先で使える地域共通クーポンを付与している。

なお、東京都民及び東京着の旅行は、当初本事業の対象外であったが、10月1日から追加されることとなった。

海外との往来については、10月1日より全世界からの新規入国受入の一部再開が決定するなど、緩和の動きも見られる。

3 東京2020大会の準備状況

2020年3月、新型コロナウイルス感染症が世界規模で拡大する中、史上初となる東京2020大会の延期が決定された。

公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（以下「組織委員会」という。）は、7月にはオリンピック、8月にはパラリンピックの来年の競技スケジュール・会場を公表した。競技スケジュールは、原則として、2020年と曜日を合わせ2021年にスライドし、競技会場は2020年の計画と同一の施設を使用することが決定した。その後、オリンピック聖火リレーについても、当初予定と同様に、全47都道府県を121日間で巡ることが決定した。

9月から、国・都・組織委員会など関係者による「東京オリンピック・パラリンピック競技大会における新型コロナウイルス感染症対策調整会議」が開催され、選手や大会関係者への対応等が検討されている。

東京2020オリンピック競技大会

2021年7月23日～8月8日 33競技・339種目を42会場で実施

東京2020パラリンピック競技大会

2021年8月24日～9月5日 22競技・539種目を21会場で実施

こうした未曾有の打撃を受けている都内観光産業の状況に鑑み、東京2020大会後を見据えた中長期的な視点も踏まえつつ、次章以降に東京の観光産業の復活に向けた施策展開のあり方について、意見を述べることにする。

II ウイズコロナ時代における観光施策の基本的考え方

移動制限やイベント自粛期間を経て、感染防止対策を徹底しながら安心して「旅行」や「観光」を楽しもう、という気運が高まりつつある。

一方、感染拡大により、都民の日常の行動様式や働き方への意識は大きく変化した。都内観光産業の回復にあたっては、この間の環境変化を踏まえ、以下の考え方にに基づき施策を展開していく必要がある。

1 国内観光の需要を喚起しつつ、インバウンド回復に備えた観光基盤の強化期間とする

- ▶ 観光産業を早期回復するためには、国内の観光需要の喚起が急務である。このため、まず、誰もが安全・安心に旅行できる環境を整備し、旅行者・事業者双方の感染リスクを軽減するとともに、感染症の対策などについて正確な情報を周知することが必要である。
- ▶ インバウンド需要が見込めない中では、まず、都民による都内観光を促進し、地域の観光資源を磨き上げる好機とする。また、全国からの誘客に向けた取組を強化するとともに、東京の多様な魅力を生かしながら、旅行者の志向の変化に対応することが重要である。
- ▶ 将来のインバウンド需要の回復を見据え、外国人旅行者の東京への関心を繋ぎとめることが必要である。このため、できるだけ早い段階から東京観光の魅力や東京の「安全・安心」を全世界に向け効果的に発信していくことが重要である。

2

世界の注目が東京に集まる東京2020大会を、 東京の観光復活をアピールする機会に位置付ける

- ▶ 感染症発生後、世界初のメガイベントとなる東京2020大会は、本格的にインバウンドを再開する好機となることから、国内外からの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が不可欠である。
- ▶ 東京2020大会成功をその後の観光振興につなげ、レガシーとすることが重要である。大会関連施設等を観光資源として活用するとともに、各国・地域の市場特性を踏まえたプロモーションにより、切れ目なく観光需要を創出することが重要である。
- ▶ 海外からの誘客に向けた日本各地との連携の強化により、大会の効果を東京から全国へ波及させ、共存共栄を図ることが重要である。

3

「持続可能な観光」を目指す視点から、観光産業の 生産性の向上を図るとともに、SDGsを意識した施策を展開

- ▶ 将来にわたって持続的な観光を実現するためには、富裕層やMICEの誘致など経済波及効果に着目した施策を進める必要がある。
- ▶ 安全・安心志向の高まりや働き方の変化、デジタル環境の変化などに対応し、観光産業の生産性向上につなげるべきである。
- ▶ 地域・住民に寄り添った持続可能な観光を実現するため、SDGsの視点に立ち、地域の多様な主体が一体となって観光資源を磨き上げ、愛着や誇りを持つとともに、それぞれの責任を果たすことが重要である。

<SDGsについて>

2015年、国際連合は、すべての人が現在および将来にわたって平和と豊かさを享受できる社会を目指した世界共通の目標である「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals、以下SDGs）」を定め、2030年までの達成に向け17の目標を設定した。また、UNWTO（国連世界観光機関）では、観光によるSDGsへの貢献について、経済的な側面のみならず、社会や貧困、自然・環境、文化・遺産、相互理解や平和の創出といった分野でも大きく貢献できるとし、17のすべてのSDGsに関連する可能性があることを確認している。

都は、観光の横断的な性質はSDGs各分野の目標の達成に貢献するという認識に立ち、社会や人々の意識の変化に即した観光振興策を長期的視点から展開し、世界トップクラスの国際観光都市を目指すべきである。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



III 東京の観光産業の復活に向けた施策の方向性

1 東京の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

<基本的な考え方>

ウィズコロナの時代においては、誰もが安心して旅行できる環境は、基礎的なインフラの一つである。感染防止と経済活動の両立を図る観点から、移動や滞在のあらゆる場面において三密を回避することは、旅行者・事業者双方の感染リスクを軽減するだけでなく、観光関連事業者等の生産性の向上に資することが期待される。

また、東京への誘客を進めるに当たっては、感染症の状況や事業者等の対策などについて、正確な情報を分かりやすく発信することが重要である。

<施策の方向性>

観光関連事業者は、ICT技術の活用による非対面、非接触のオペレーションや混雑の緩和など、業務実態に応じて「新しい日常」への対応を着実に進めることが必要である。

都内区市町村の観光施設や多くの外国人も利用する観光案内拠点など、幅広い主体において安全・安心な環境整備に取り組むべきである。

交通機関や滞在先においては、消毒・換気などの感染防止対策が着実に施されていることを粘り強く周知することも重要である。

都は、こうした事業者の取組を後押しするとともに、事業者のみならず、旅行者に対しても「感染しない・させない」ための協力を呼びかけ、双方の力を合わせて安全・安心な旅を楽しむ東京を実現すべきである。

「ソーシャル・ディスタンス」啓発ポスター



(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

<基本的な考え方>

東京の観光産業を回復軌道に乗せるためには、まず国内観光に重点を置き、都民及び国内からの誘客を推進すべきである。

都民の都内観光の促進においては、地域の観光資源を総点検し、充実と磨き上げを行うべきである。国内からの誘客に当たっては、インバウンドの観光客受入経験を踏まえるとともに、国内向けの情報発信を強化することが重要である。

また、近郊への観光、自然志向、健康志向、旅行の小規模化・分散化など、旅行者の志向には変化が見られる。都内には多摩・島しょの豊かな自然などの多様な観光資源が存在しており、それらの魅力を生かして新たな旅行ニーズに対応する必要がある。

<施策の方向性>

都民による都内観光など近場の観光を促進するとともに、これまでインバウンド向けに提供されてきた地域の魅力を都民自らが楽しみ、交流することにより、地域の観光資源を磨き上げる機会とする。また、地域のにぎわいを創出する観点から、公開空地などが柔軟に活用できるよう規制緩和に向けて検討すべきである。

旅行事業者等は、多摩・島しょ地域の豊かな自然を生かしたヘルスツーリズムや長期滞在型観光など、新たなツーリズムを開発することが重要である。

都は、こうした取組を支援するとともに、東京の魅力を発信する様々なキャンペーンなどにより、東京観光の気運を高めていくべきである。

(3) インバウンド回復を見据えた東京観光の魅力発信

<基本的な考え方>

海外との往来が制限されている状況下でも、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。海外各都市では積極的なプロモーションが行われている中、東京への関心を繋ぎとめ、東京滞在への期待感を高めることが重要である。

また、ウィズコロナ時代の観光では、旅行先の「安全・安心」について、正確な情報を伝えることが重要である。

<施策の方向性>

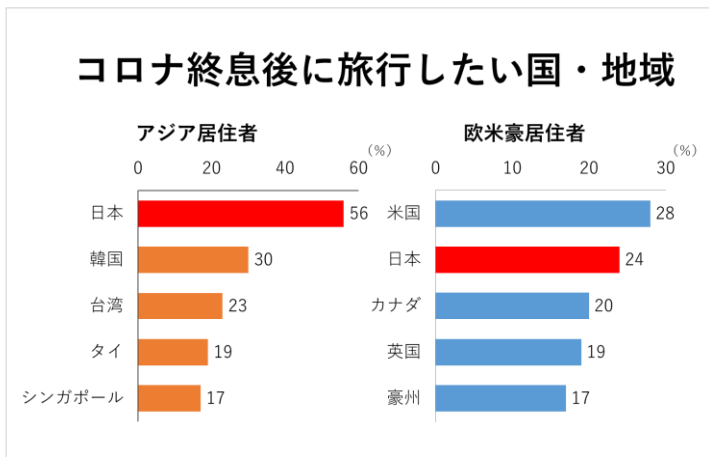
海外からの旅行者に東京を選択してもらうためには、東京2020大会に向けて、できる限り早い段階から、清潔さや感染防止対策など、東京が安全・安心な観光ができるまちであることを全世界に効果的に発信することが重要である。

また、訪れなくても今の東京を楽しめるコンテンツなどを充実させるとともに、SNSやウェブサイトを活用してデジタルマーケティングを強化すべきである。

さらに、観光案内所、観光ボランティアだけでなく、留学生等の都内在住の外国人など多様な主体が東京の魅力を国内外に紹介することで、東京観光の魅力をより効果的に訴求していく。

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

世界各国・都市では、インバウンドの再開に向け
観光地の安全安心や魅力を広くPR



(財)日本交通公社・政策投資銀行調査 (2020年6月実施)

ギリシャ

自然や建築の魅力と、安全・安心のメッセージを発信



←
“Health first”
をメッセージ
とする

(ギリシャ政府観光局)

オーストラリア

観光客を歓迎する準備ができていることを発信



(クイーンズランド州観光局)

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

<基本的な考え方>

東京2020大会はコロナ後で世界初のメガイベントであり、本格的にインバウンドを再開するための重要な場となる。

そのため、国内外のあらゆる旅行者を歓迎する受入態勢をソフト・ハード両面から整備する必要がある。

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴って、日本各地で観光客の受入れに消極的な姿勢での対応が見られたが、外国人旅行者に同様の対応がとられないようにする必要がある。

<施策の方向性>

旅行事業者、宿泊事業者などの観光関連事業者、都民の一人ひとりが国内外の旅行者を歓迎する姿勢で接することが重要である。

このため、都は、国や区市町村等と連携し、観光関連事業者や都民が過度な不安を抱かずに旅行者との交流を楽しめるよう意識啓発を行う。同時に、旅行者に対しては「新しい旅のエチケット」を周知するなど、責任ある旅行者としての意識を促すべきである。

また、障害者や高齢者も安心して快適に滞在できる環境を整備するため、大会を契機として加速してきた道路や交通機関、宿泊施設等のバリアフリー化を今後も推進すべきである。あわせて、これらを活用してアクセシブル・ツーリズムをさらに充実させていく。

(2) 大会のレガシーを活用した大会後の観光需要の創出

<基本的な考え方>

東京2020大会の成功は、観光都市・東京の最も強力なPRとなる。その効果を持続させるため、大会直後から東京の魅力を生かした国内外からの誘客を強力に推進する必要がある。

大会施設や伝統文化など東京ならではのコンテンツの活用や、各国・地域の市場特性等を踏まえたきめ細やかなプロモーションにより、観光需要の底上げを図ることが重要である。

<施策の方向性>

東京2020大会の競技会場等は、東京1964大会で会場となった駒沢オリンピック公園のように、地域の憩いの場や東京への来訪者との交流の場とすることが、大会のレガシーを東京の観光振興につなげていく上でも重要である。

そこで、周遊ツアーなどにより観光資源として活用するとともに、大会後の都民の利用を促進すべきである。施設の夜間利用やライトアップなど、大会会場周辺を都民や旅行者が夜間でも楽しめる空間とし、昼とは異なる魅力を体験できる機会を提供する。

インバウンド需要の回復に向け、市場ごとの計画的なプロモーションを行うとともに、国内外の旅行者を惹きつける伝統芸能や現代アートなど、日本文化を活用した誘客を推進することが重要である。

また、SDGsへの感度が高く観光消費額の拡大にも寄与する富裕層を対象とした取組やMICEの誘致など、需要創出型の施策を積極的に展開すべきである。

(3) 日本各地との連携により大会の効果を全国に波及

< 基本的な考え方 >

ロンドン2012大会の成果の一つが、地方の魅力を効果的に世界に発信し、誘客に成功したことであり、結果として英国全土に大きな経済効果をもたらした。

東京2020大会においても、東京から各地への誘客を進め、大会の効果を全国へ波及させるべきである。このため、東京が日本のゲートウェイとして機能することが重要である。

< 施策の方向性 >

大会前から、人の往来の多い近隣県と連携した誘客を行い、共同の取組に向けた基礎づくりを行う。

具体的には、域内観光の活性化に向けた課題の共有と観光情報の相互PRを、1都4県から徐々に範囲を拡大して展開する。

こうした実績を生かし、東京2020大会に向けては、日本各地と連携し、訪日旅行者の相互送客に取り組むべきである。各地の特産品や名所旧跡など観光資源を紹介するイベント等に加え、意欲ある自治体や地域と連携した日本各地への周遊を促す海外プロモーションなども効果的である。






地方との共存共栄の観点から、2025年大阪・関西万博の開催を見据え、大会終了後の誘客においても、世界における東京及び日本のプレゼンスを高めていく。

1都4県による共同メッセージ（令和2（2020）年9月25日）

1都4県共同メッセージ

都民・県民のみなさまへ	事業者のみなさまへ
<p>安心して旅を楽しむために</p> <ul style="list-style-type: none">・感染防止対策が行われている施設の利用を。・「新しい旅のエチケット」を守りましょう。・体調に不安があるときは旅自体をやめましょう。・接触確認アプリ「COCOA」や各都県のお知らせサービスを利用しましょう。・他都県からの観光客を温かく迎え入れましょう。	<p>安心の旅を提供するために</p> <ul style="list-style-type: none">・ガイドラインの遵守、感染防止対策の徹底を。・各都県で実施する感染防止の取組に積極的にご参加を。

「感染しない、感染させない」対策で、1都4県の旅を楽しみましょう!!

 埼玉県  千葉県  東京都  神奈川県  山梨県

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

<基本的な考え方>

将来にわたって持続的な観光を実現するためには、感染症の影響により、今後一定期間は航空旅客需要が低迷するとの観測も踏まえ、富裕層やMICEの誘致など経済波及効果に着目した施策を進める必要がある。

東京は、飲食、ブランド品、ホテルなど富裕層を受け入れる基盤が世界的にみても充実している。この優位性を積極的に活用し、特に高い消費行動を行うとされる富裕層の誘致施策をより強化していく必要がある。

MICE誘致については、都市間競争が今後激化することが見込まれるため、都は、これまで以上に戦略的な取組を進め、国内外に向け存在感を示していくことが重要である。また、普段会えない人との直接の交流によるネットワークが形成できる「対面」の本質的な意義は変わらないと考えられるため、リアルとオンラインのハイブリッドでの開催が有効である。

<施策の方向性>

富裕層の誘致においては、高い対価に見合う満足度の高いサービスが求められるため、観光関連事業者は、長期滞在の推進やサービスの高付加価値化など消費単価を上げる取組を推進していくことが重要である。

MICEの誘致に当たっては、安全・安心を確保した上で、大規模なMICEに加え、小規模型、都市型・分散型MICEの誘致に積極的に取り組むべきである。ハイブリッドでの開催は今後も継続が見込まれるため、必要な設備導入やそれを支える人材の確保・育成が不可欠である。

都は、こうした事業者等の取組を後押しするとともに、都が有するMICE施設の一層の活用促進や海外に向けた効果的なプロモーションを展開すべきである。

(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

<基本的な考え方>

非対面・非接触の促進や働き方の変化、デジタル化の加速など、感染症を契機として様々な社会変化が生じている。これを観光産業の変革のチャンスと捉え、DX推進に取り組むことは、旅行者の利便性や満足度を向上させるとともに、事業者の生産性や付加価値を向上させ経営力を強化するうえで重要である。

<施策の方向性>

観光関連事業者等においては、観光施設における混雑状況を表示するシステム、キャッシュレス決済に係る機器の導入など、「新しい日常」に寄与する取組を着実に進め、快適な滞在を支えるサービスを提供することが重要である。加えてICT技術の活用による旅行者への多言語での情報発信の強化などにより、サービスレベルの一層の向上を図るべきである。

都は、ウィズコロナ時代に取り組んだテレワークプランやオンライン観光ツアーのような社会の変化に対応した需要開拓の取組を、今後も支援すべきである。5Gの先端技術やデジタルデータ等を活用したサービス展開などデジタル環境の変化に即した取組が進むよう継続的な支援をすることにより、観光産業におけるDXの浸透を図り、生産性の向上や受入環境の一層のレベルアップにつなげることが重要である。



<基本的な考え方>

近年、観光分野においても、多くの国が持続可能性を政策目標として掲げている。「経済」「社会」「文化」「環境」のバランスを取り、オーバーツーリズムや環境破壊などによる地域住民の反発を招かないようにすることが大切である。将来にわたり旅行者誘致を進めていく上では、「持続可能な観光地」であるかどうか非常に重要になる。

観光地としての付加価値を継続的に高めていくためには、SDGsの視点から、地域・住民に寄り添った持続可能な観光を推進する必要がある。

<施策の方向性>

持続可能な観光地とするためには、地域住民、観光協会や自治体、ボランティアなど地域の様々な主体が役割分担しながら、それぞれの責任を果たしていく観光地域経営が重要である。具体的には、都民である若者が地元に対する理解を深め、“ふるさと意識”を高めることにより、地域の観光の担い手として活躍できるよう育成すべきである。

都は、都民の観光に対する意識を把握するとともに、観光産業の振興が地域や都民にどのように還元されるのかを分かりやすく発信し、旅行者を受け入れる気運を高めていくべきである。

また、これまでの旅行者数などの定量的な指標に加えて、地域の観光振興への都民の参画などSDGsを意識した適切な指標も把握することにより、エビデンスに基づく施策を展開することが重要である。

IV 附属資料

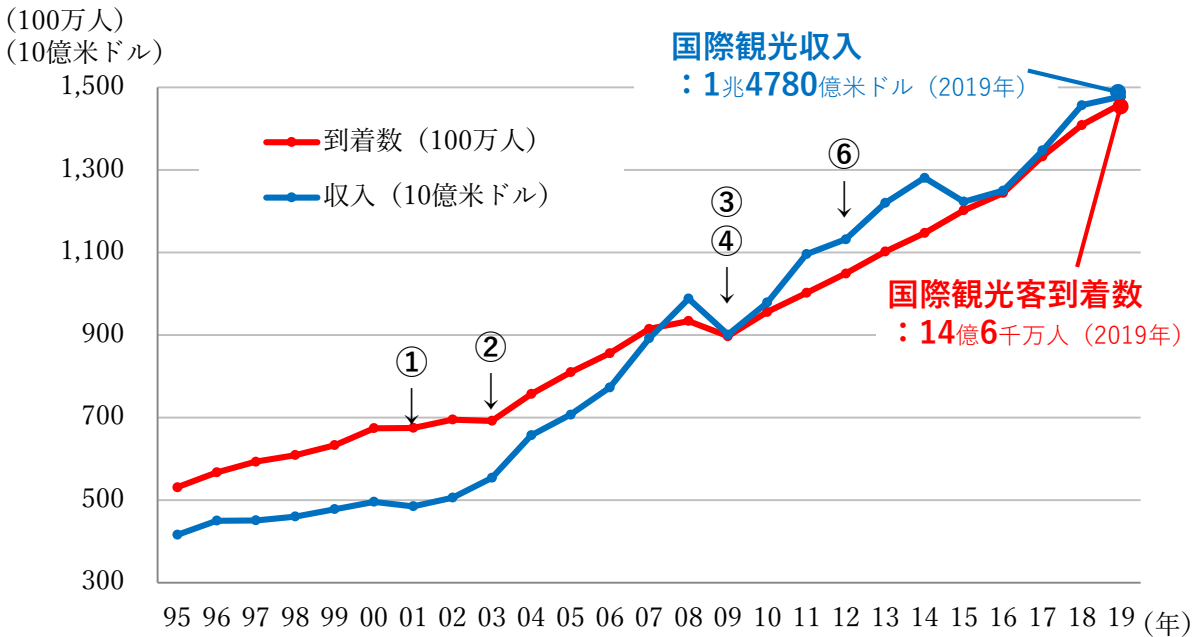
●これまでの観光産業の成長

➤ 観光産業はこれまで、様々な危機を克服し、右肩上がりの成長を続けてきた

これまでの主な観光危機

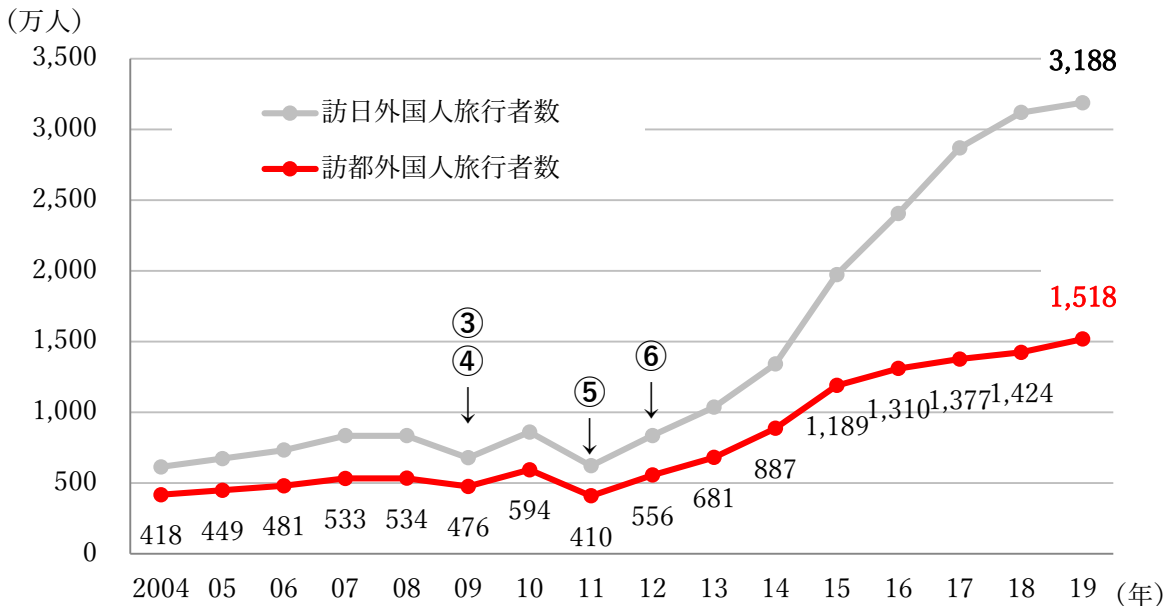
- ① アメリカ同時多発テロ（2001年/アメリカ）
- ② SARS（2003年/東アジア、北米）
- ③ 新型インフルエンザ（2009年/南米を中心に全世界）
- ④ 世界経済危機（2009年/全世界）
- ⑤ 東日本大震災（2011年/日本）
- ⑥ MERS（2012年/中東）

1. 全世界の観光収入と観光客数



資料：UNWTO資料より東京都作成

2. 訪日外国人旅行者数と訪都外国人旅行者数

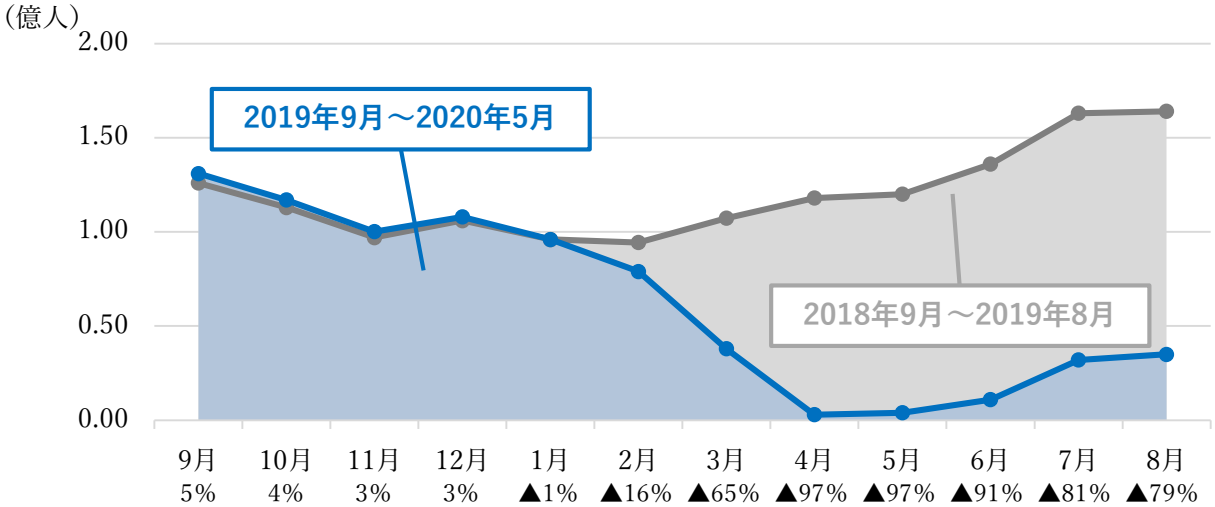


資料：訪日外客数 (JNTO)、東京都観光客数等実態調査 (東京都) より東京都作成

●新型コロナウイルス感染症による観光産業への影響

1. 全世界の国際観光客到着数

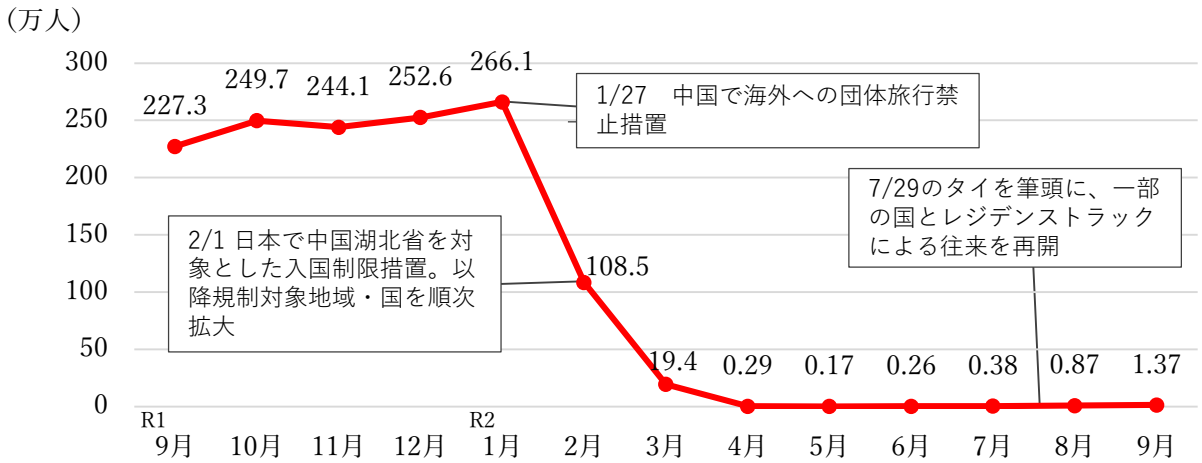
➤ 全世界の月別観光客数は、4～5月をピークに、6月以降は改善の兆し



資料：UNWTO資料より東京都作成

2. 訪日外国人旅行者数

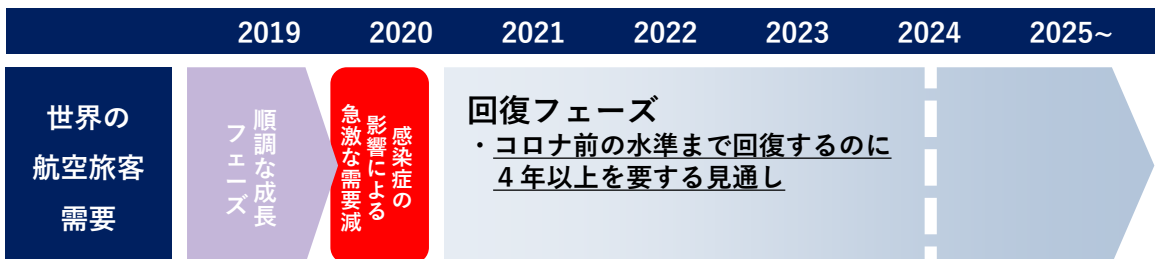
➤ 入国制限の拡大に伴い、ほぼ皆減の状況が続いている。



資料：JNTO資料より東京都作成

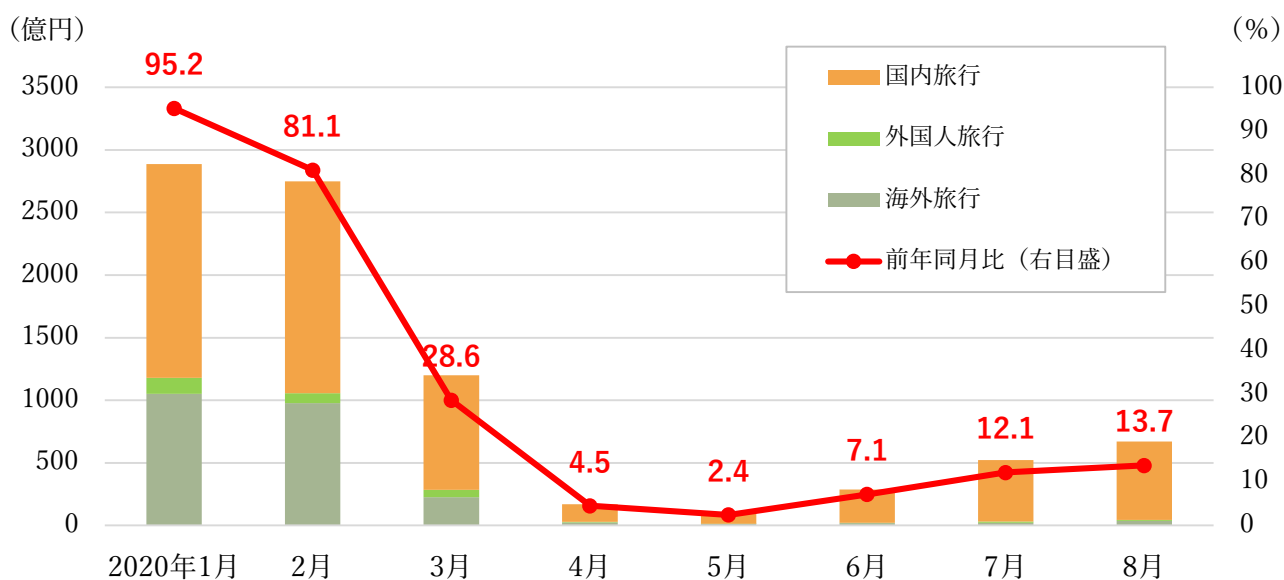
3. 国際線の航空旅客需要の見通し

➤ 国際航空運送協会（IATA）は、世界的な航空旅客需要がコロナ前の水準まで回復するのは、早くとも2024年になる見通しと発表



資料：IATA「Outlook for air travel in the next 5 years」
「Five years to return to per-pandemic level of passenger demand」を基に作成

4. 主要旅行業者の旅行取扱状況速報



資料：観光庁資料より東京都作成

5. 日本人延宿泊者数（全国・東京）

	全 国		東 京		備 考
	延宿泊者数 (万人)	前年同月比 (%)	延宿泊者数 (万人)	前年同月比 (%)	
4月	950	▲75.9	98	▲76.1	緊急事態宣言発令 (4/15)
5月	766	▲81.6	86	▲80.0	緊急事態宣言解除 (5/25)
6月	1,406	▲61.2	138	▲63.0	県をまたぐ移動の自粛の 段階的緩和 (6/1~)
7月	2,135	▲47.9	153	▲63.1	東京を除きGoToトラベル 事業開始 (7/22)
8月	2,605	▲51.5	164	▲64.8	
9月	2,534	▲34.5	-	-	

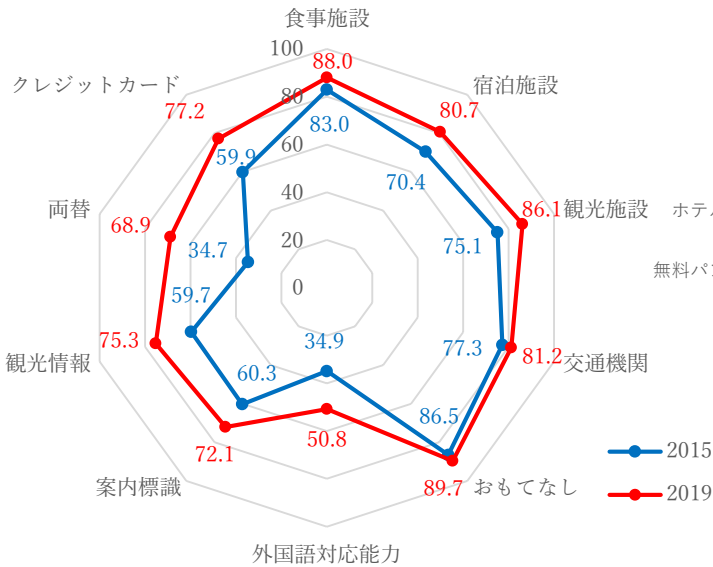
※全国の9月は第1次速報値、4月～8月は第2次速報値
 ※東京の8月は第1次速報値、4月～7月は第2次速報値

資料：観光庁資料より東京都作成

●旅行者の受入態勢

1. 訪都外国人の項目別満足度

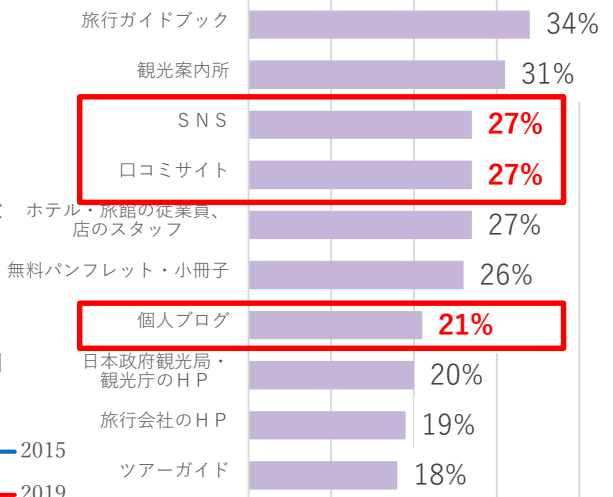
➤ 2015年調査では、4項目で6割を切っていたが、2019年調査では、外国語対応能力以外は高い満足度を得ている



出典：「国・地域別外国人旅行者行動特性調査」（東京都）

2. 訪日旅行中の情報収集手段 (TOP10)

➤ ICTの発展により、インターネットによる情報発信・情報収集が定着



資料：「アジア・欧米訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度）」（株式会社日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社）より東京都作成

3. もっと楽しもう！Tokyo Tokyo チラシ（東京都）

新しい旅のエチケット

旅行に出かける皆様に、感染防止対策として特にお守りいただきたい内容を旅行者向け「新しい旅のエチケット」として各場面ごとに掲載しています。

ひとり一人の協力で、みんなの楽しい旅を守りましょう。

旅行者ご自身だけではなく、観光地の方々や観光事業者の方々も守ることになります。

ご旅行の前にご確認いただき、ぜひ旅のお供にお持ちください。

GO TO トラベル事業公式HP
「新しい旅のエチケット」と「新しい旅のルール」

都民・事業者の皆様におかれましては、自らを守り、感染しない、感染させない行動をとっていきましょう。

新しい日常の定着

基本的な行動習慣

新型コロナウイルスとの長い戦いを見据え、暮らしや働く場での感染拡大を防止する習慣＝「新しい日常」を、一人ひとりが実践していきましょう。

手洗いの徹底、マスクの着用、SOCIAL DISTANCE（距離を確保）、NOI 3密（密閉、密集、密着）

- 感染防止徹底宣言ステッカーを掲示している店舗等を利用しましょう。**
都民の皆様が安心して利用できる店舗等であることをお知らせするものです。
- 新型コロナウイルス接触確認アプリ(COCOA)を活用しましょう。**
陽性者と接触した可能性について通知を受け取ることができます。
- 東京版新型コロナ見守りサービス(都立施設)をご利用ください。**
施設の訪問履歴に基づきクラスターの発生について通知を受け取ることができます。施設入口に掲示してあるQRコードをスマートフォン等で読み取って利用できます。
- 店舗型東京版新型コロナ見守りサービスをご利用ください。**
民間店舗への訪問履歴 (auPAY、d払い、PayPay等の決済) に基づきクラスターの発生について通知を受け取ることができます。
- 新型コロナウイルス感染症が心配なときに。**
相談方法は、症状や状況別で3つに分かれます。

東京の観光公式サイト「GO TOKYO」 東京の最新の観光情報が満載です。ぜひご覧ください。

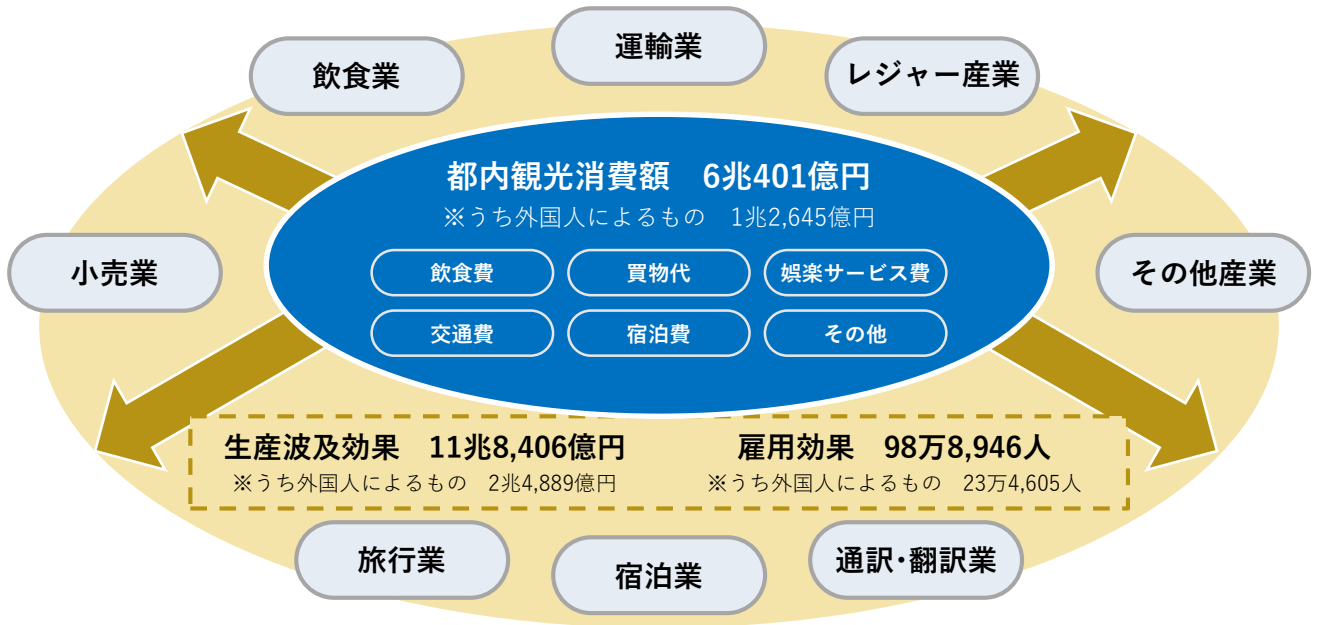
「感染しない、感染させない」という意識と行動で、東京の旅を楽しみましょう！

出典：東京都

●観光が経済に与える効果

1. 都内観光消費額と経済波及効果（2019年）

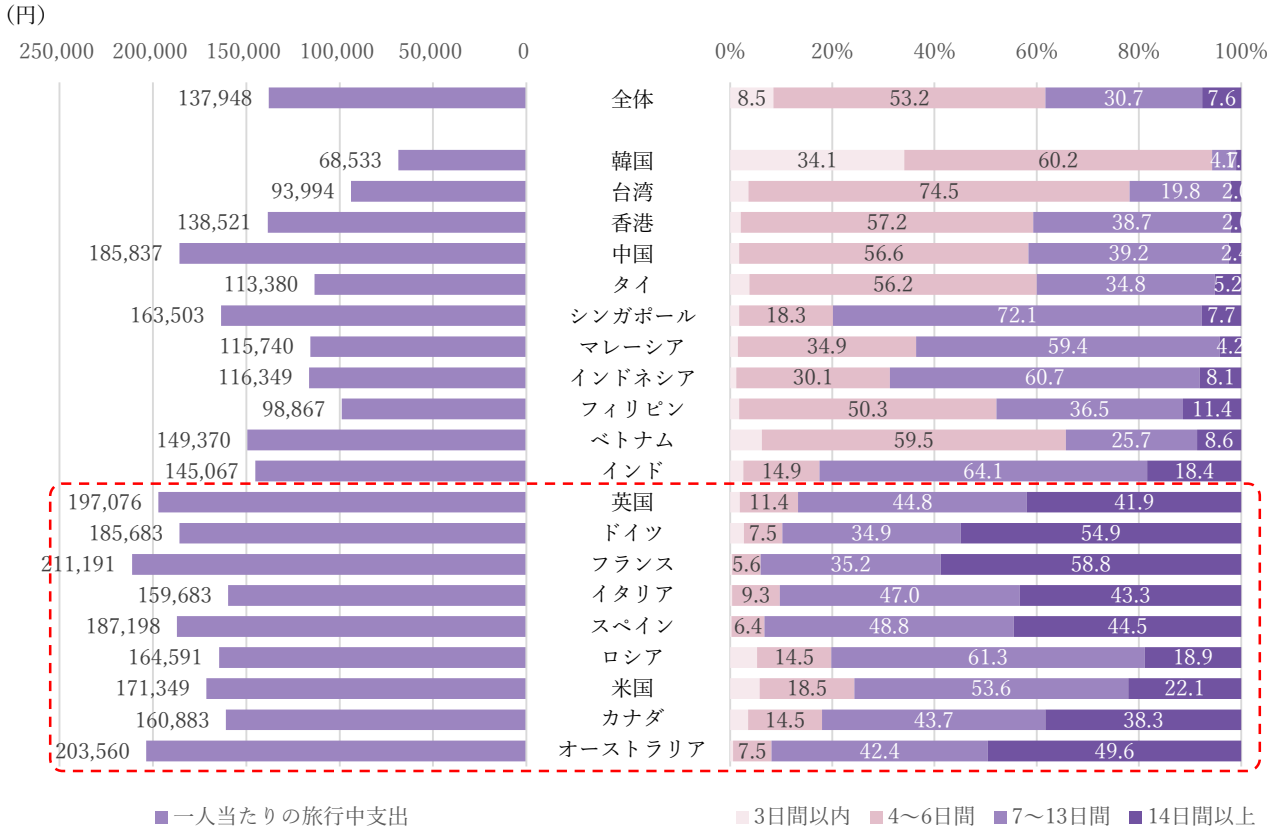
➢ 観光産業の振興は、幅広い産業に経済面の波及効果と雇用を生み出す



出典：「東京都観光客数等実態調査」（東京都）

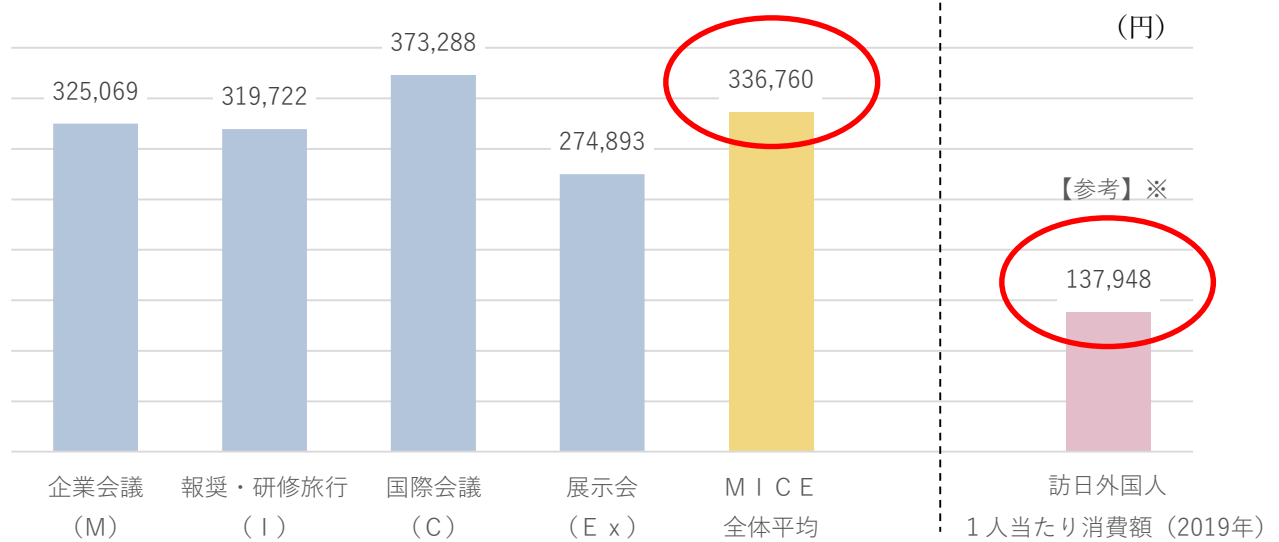
2. 国別1人当たり消費額と宿泊数（2019年）

➢ 欧米豪からの旅行者は、他の国・地域に比して平均泊数が長く、1人当たり消費額が高い



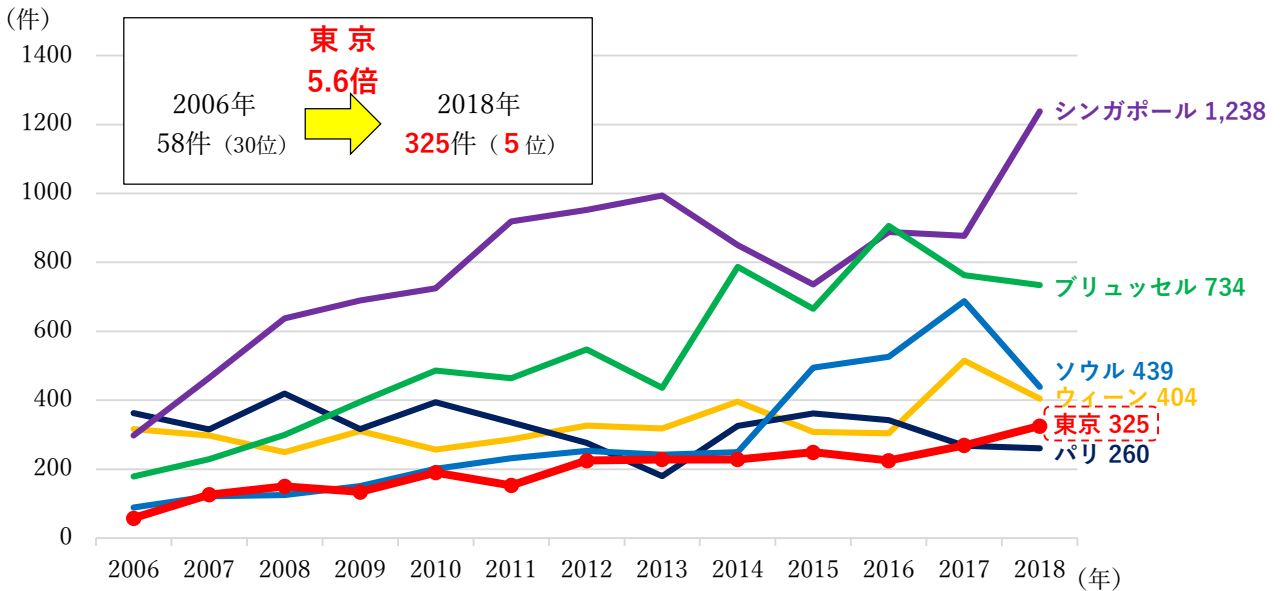
注：泊数は観光・レジャー目的の数値
資料：「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）より東京都作成

3. MICEの目的別・訪日参加者1人当たりの消費額（2017年度調査）



※MICEの消費額には主催者等負担を含むなど、訪日外国人1人当たり消費額とは調査手法が異なるため、参考値として記載
 出典：平成29年度「MICEの経済波及効果算出等事業」報告書、「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）

4. 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）

● 「東京の観光振興を考える有識者会議」 検討の経過

【2019年度】

7月10日（第1回）

- ・ 東京2020大会と大会後を見据えた施策展開

10月4日（第2回）

- ・ ICT等を活用した観光振興
- ・ 観光産業の強化に資する人材の育成

12月23日（第3回）

- ・ 持続可能な観光に向けた施策展開について

【2020年度】

9月9日（第1回）

- ・ 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について

10月19日（第2回）

- ・ 「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）」
について

●東京の観光振興を考える有識者会議委員等名簿

(委員)

氏名	現職等
アレックス・カー	東洋文化研究者
石井 リーサ 明理	照明デザイナー
田川 博己	東京商工会議所 副会頭 (観光委員会 委員長)
滝 久雄	株式会社ぐるなび 取締役会長・創業者
伊達 美和子	森トラスト株式会社 代表取締役社長 森トラスト・ホテルズ&リゾーツ株式会社 代表取締役社長
玉井 和博	立教大学観光研究所 特任研究員
デービッド・アトキンソン	株式会社小西美術工藝社 代表取締役社長
根木 慎志	公益財団法人日本財団 パラリンピックサポートセンター推進戦略部 「あすチャレ！」 プロジェクトディレクター
星野 佳路	星野リゾート 代表
本保 芳明 (座長)	国連世界観光機関駐日事務所 代表 東京都立大学 客員教授
牧野 友衛	トリップアドバイザー株式会社 代表取締役
マリ クリスティーヌ	異文化コミュニケーター 一般財団法人東京都つながり創生財団 理事長 東京女子大学 現代教養学部 国際社会学科 コミュニティ構想 専攻 教授
矢ヶ崎 紀子	東京女子大学 現代教養学部 国際社会学科 コミュニティ構想 専攻 教授

(名誉顧問)

氏名	現職等
スーザン・H・ルース	ジオデシック・キャピタル チーフ・アドミニストレイティブ・オフィサー (元駐日米国大使夫人)

※ 名誉顧問は、会議の求めに応じて、東京の観光振興について進言し又は助言する役職

(五十音順、敬称略)