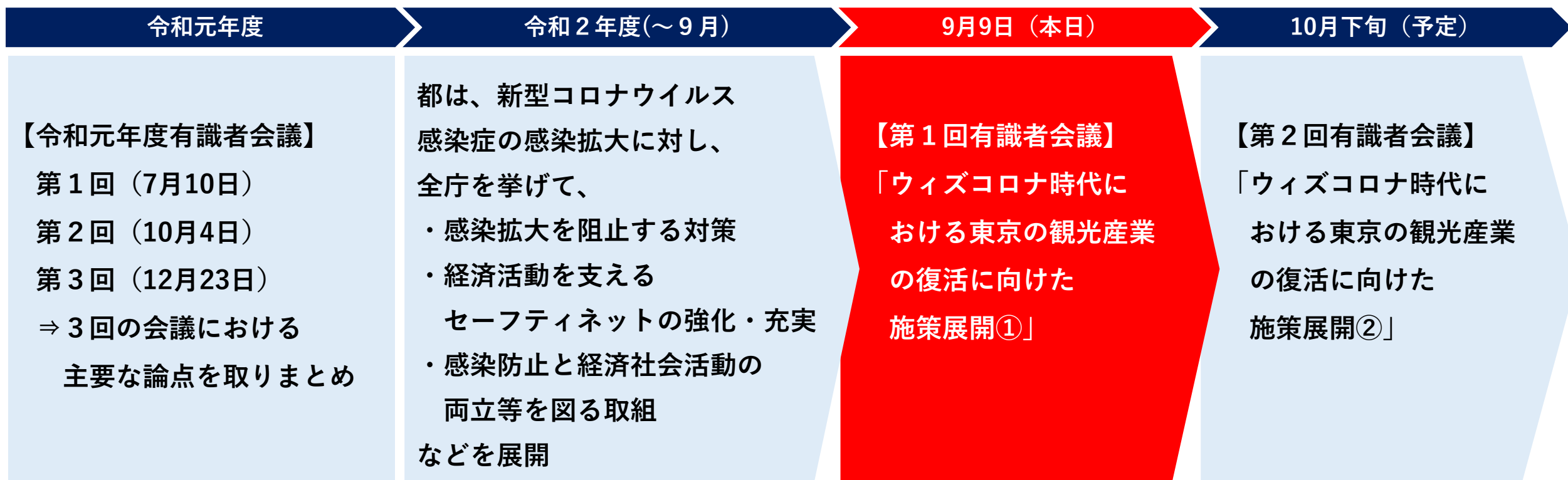


# ウィズコロナ時代の 東京の観光を取り巻く状況と課題

令和2年9月9日

# 1. 令和2年度の「東京の観光振興を考える有識者会議」について

- 昨年度は、次期の「東京都観光産業振興実行プラン」の策定を見据え、東京2020大会後の観光振興などに係る論点を整理
  - 令和2年度は、昨年度の議論も踏まえつつ、「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」について議論
- ⇒ 有識者会議として意見を取りまとめ



## 2. 昨年度の有識者会議の「論点整理」のポイント

### 東京大会に向けた観光振興

#### テーマ 大会の成功に向けた総仕上げ

- ・ 戦略的なプロモーションの展開 ・ 日本各地との連携の強化 ・ エビデンスに基づく施策展開
- 大会開催までの期間も有効に活用しながら、大会前・中・後の各段階で戦略的なプロモーションを展開するとともに、日本各地との一層の連携強化を進め、大会の効果を各地に波及

### 東京大会後の観光振興

#### テーマ1 経済波及効果に注目した旅行者誘致

- ・ 観光消費額の拡大 ・ MICE誘致の強化
- 大会後の観光の有力産業化を見据え、観光消費の拡大に向けて富裕層の誘客やMICE誘致などを推進

#### テーマ2 観光関連事業者の経営力向上への支援

- ・ ICTの活用推進 ・ 観光人材の育成 ・ アクセシブル・ツーリズムの推進
- 進歩するICTの更なる活用により、観光関連事業者のインバウンド対応力や災害時の情報伝達を強化するとともに、観光人材の育成に向けたネットワークを構築

#### テーマ3 持続可能な地域の観光振興

- ・ 旅行地としての地域づくりの推進 ・ 地域住民との共存 ・ 総合戦略としての観光振興
- 地域の多様な主体による観光コンテンツ創出・受入環境整備や、近年関心が高まっているオーバーツーリズムへの対応など、持続可能な観光の実現に向け、旅行者と地域住民との共存を推進

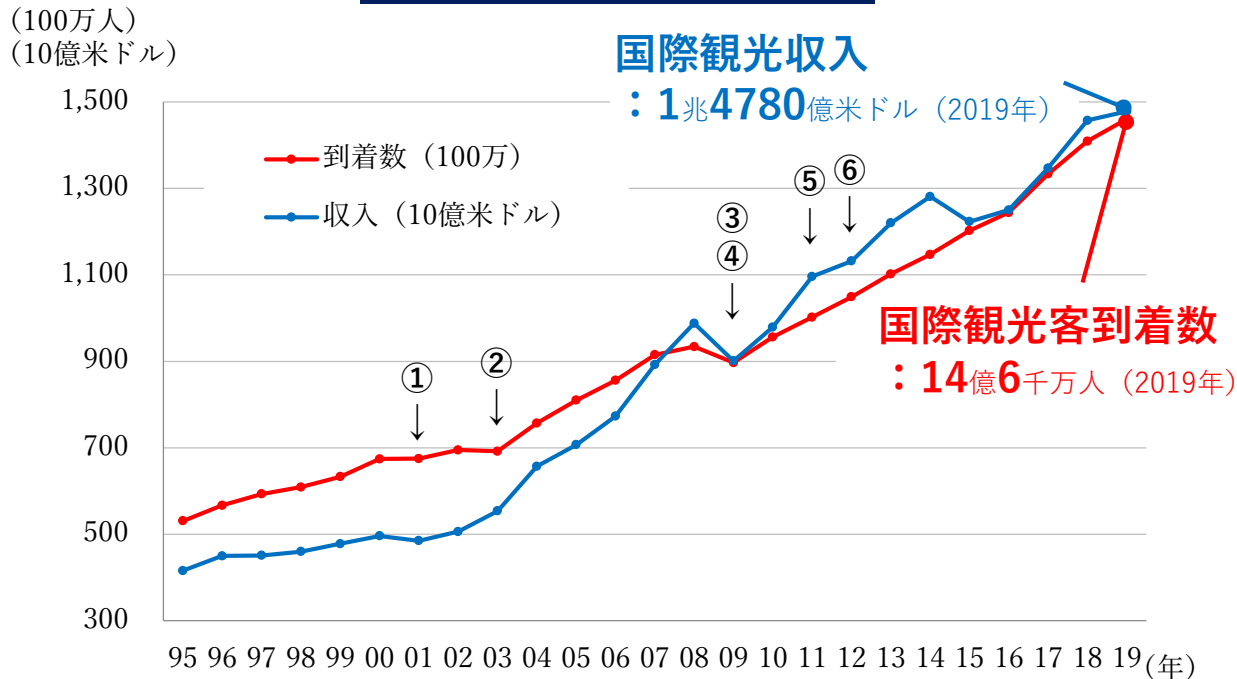
### 3. これまでの観光産業の成長

➤ 観光産業はこれまで、感染症や経済危機など様々な危機に直面してきたものの、これらを克服し、全体としては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

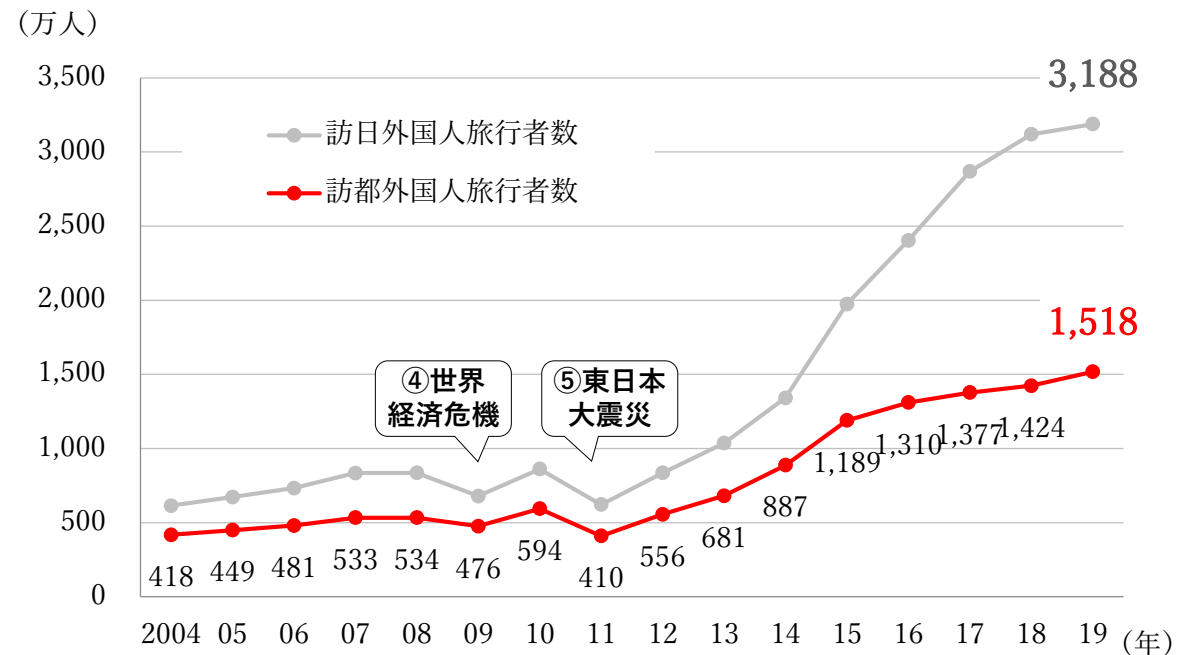
- ① アメリカ同時多発テロ (2001年/アメリカ)
- ② SARS (2003年/東アジア、北米)
- ③ 新型インフルエンザ (2009年/南米を中心に全世界)
- ④ 世界経済危機 (2009年/全世界)
- ⑤ 東日本大震災 (2011年/日本)
- ⑥ MERS (2012年/中東)

#### 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

#### 訪日外国人旅行者



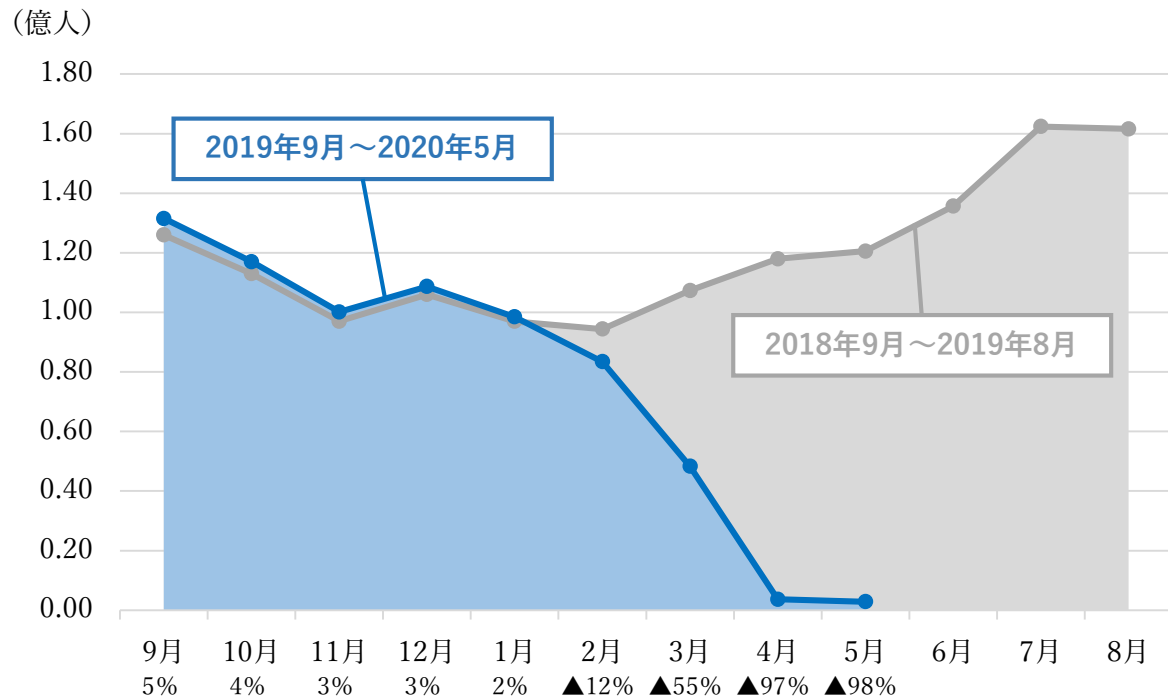
資料：訪日外客数 (JNTO)、東京都観光客数等実態調査 (東京都) より東京都作成

## 4-1. 今回の危機の状況①

- 今回の新型コロナウイルス感染症は、これまでの危機とは異なり、全世界で同時に移動が制約されることから、世界の観光に過去に例のない影響
- 日本国内においてもインバウンド需要が“蒸発”

全世界の国際観光客到着数

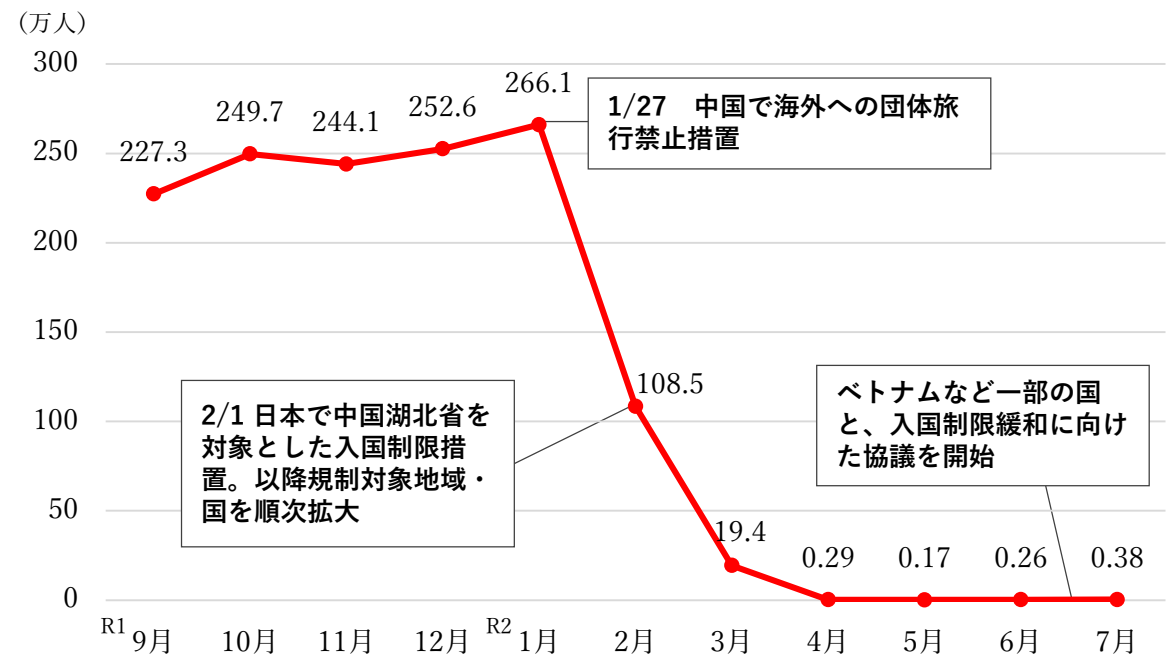
● 4月以降前年比▲97%超減の状況が継続



資料：UNWTO資料より東京都作成

訪日外国人旅行者数

● 入国制限の拡大に伴い、ほぼ皆減

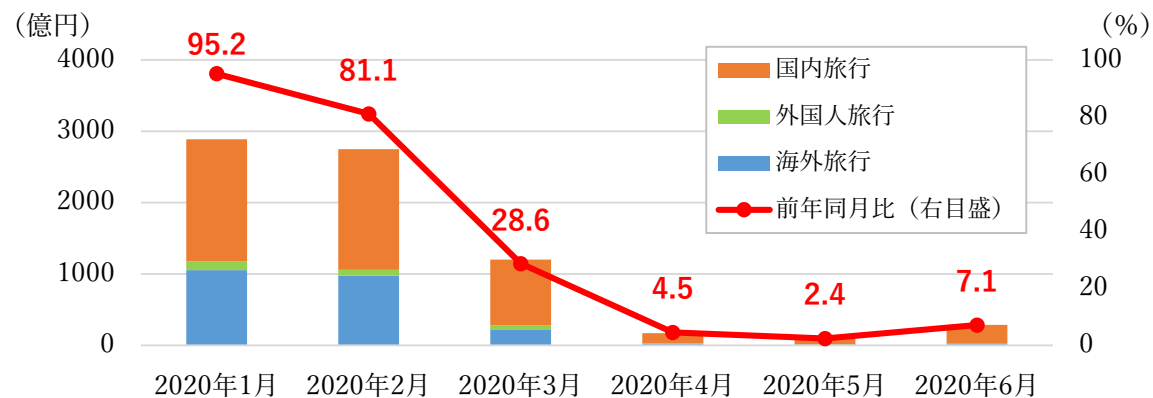


資料：JNTO資料より東京都作成

## 4-2. 今回の危機の状況②

- 国内旅行の取扱額・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、依然として大きなマイナス
- 様々なイベントも全国で中止・延期となり、観光関連産業に大きな打撃

### ●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

### ●日本人延宿泊者数 (全国)

月	2020年		2019年
	延宿泊者数	前年同月比 (%)	
4月	950	▲75.9%	3,943
5月	766	▲81.6%	4,168
6月	1,406	▲61.2%	3,622
7月	2,226	▲45.7%	4,098

※( )内は前年同月比。7月は第1次速報値、4~6月は第2次速報値 資料：観光庁資料より東京都作成

### ●「GoToトラベル」の東京除外

「東京を目的地とする旅行」「東京都に居住する方の旅行」を当面、事業の対象外とすることが決定

### ●感染症の影響による主要国内イベント・MICEの中止・延期 損失額は推計3.3兆円に及ぶ

類型	イベント事例	中止・延期数	経済損失額
エンタメ	音楽ライブ	12,705	9,048億円
	ミュージカル、演劇等		
	自治体等が主催するイベント	1,116	17,411億円
スポーツ	プロ野球	435	2,688億円
	Jリーグ	486	
	Bリーグ	229	
MICE	国際会議	235	1,109億円
	見本市・展示会等		
花火		73	2,458億円
インターハイ		1	278億円

※小規模のイベントやデータの取れないスポーツイベントは含まれない  
 ※エンタメ、スポーツ、MICEは3~5月、花火は7~8月、インターハイは8月開催の主要イベントを対象に推計  
 ※調査後に中止決定した大規模イベントには、第102回全国高等学校野球選手権大会(甲子園)などがある

資料：日本政策投資銀行資料より東京都作成

### ●イベントの人数制限(5000人)等の継続

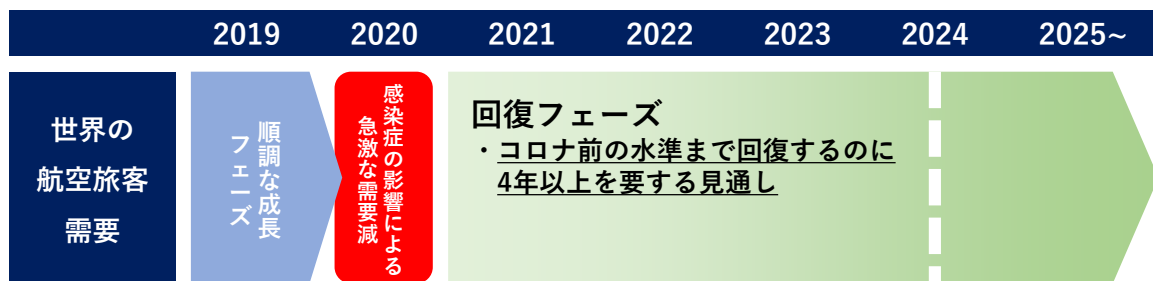
政府の新型コロナウイルス感染症分科会(8月24日)にて、イベントの人数制限(5000人)等を9月末まで継続することを決定

## 5. インバウンドの今後の見通し

- 世界的な航空旅客需要がコロナ前の水準に回復するのは2024年との見通しも
- 日本と海外との往来は、アジアを中心にビジネスから慎重に緩和

### 国際線の航空旅客需要の見通し

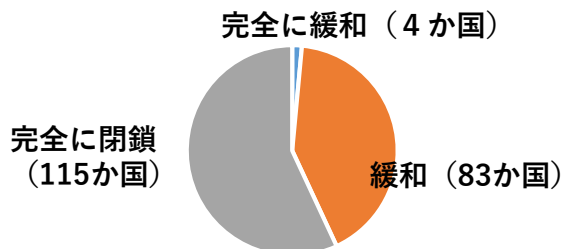
- 国際航空運送協会（IATA）は、国際線の航空旅客需要の回復が国内線以上に時間を要し、世界的な航空旅客需要がコロナ前の水準まで回復するのは、早くとも2024年になる見通しと発表



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

### 世界の入国制限措置

- 世界では、約4割の国々が入国制限に対する緩和を進める一方、全ての制限を完全に緩和した国は4か国のみ
- 115か国は観光のための国境を完全に閉鎖（7月30日現在）



資料：UNWTO資料より東京都作成

### 日本での入国制限措置

- 9月1日時点で、159の国と地域に対して感染症拡大防止の水際対策として上陸拒否の措置を実施中

### 緩和に向けた動き

- 6月12日  
茂木外務大臣「ビジネス旅行者⇒留学生⇒観光客での緩和を想定」  
(6月12日 茂木外務大臣記者会見より)
- 7月29日  
タイ、ベトナムの両国との間で、長期滞在者用に双方向の往来を再開する「レジデンストラック」の受付を開始  
(外務省ホームページより)
- 9月8日  
マレーシア、カンボジア、ラオス、ミャンマー、台湾との間で「レジデンストラック」を開始  
(9月1日 茂木外務大臣記者会見より)
- 9月  
シンガポールとの間で、「レジデンストラック」と、短期出張者用に行動範囲を限定した形でのビジネス活動を可能とする「ビジネストラック」を開始する方向で調整中  
(外務省ホームページより)

- ▶ **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は、大会の延期に伴い、来年の大会の位置づけ、原則、ロードマップをとりまとめ**

### 位置づけ：2021年の開催に向けた方針

関係者が一体となって、以下の三点の基本原則のもとに準備を進めていく。

- 選手、観客、関係者、ボランティア、大会スタッフにとって、**安全・安心な環境**を提供することを最優先課題とする。
- 延期に伴う**費用を最小化**し、**都民・国民から理解と共感**を得られるものにする。
- **安全且つ持続可能**な大会とするため、大会を**簡素（シンプル）**なものとする。

### 原則

世界における経済、社会、医療の新たな状況に即し、延期に伴う費用と負担を最小化し、国民・都民から理解を得るべく、競技と選手に重点を置きつつ、サービス水準の見直しを含んだ効率化・合理化を進め、**簡素（シンプル）**な大会とする。

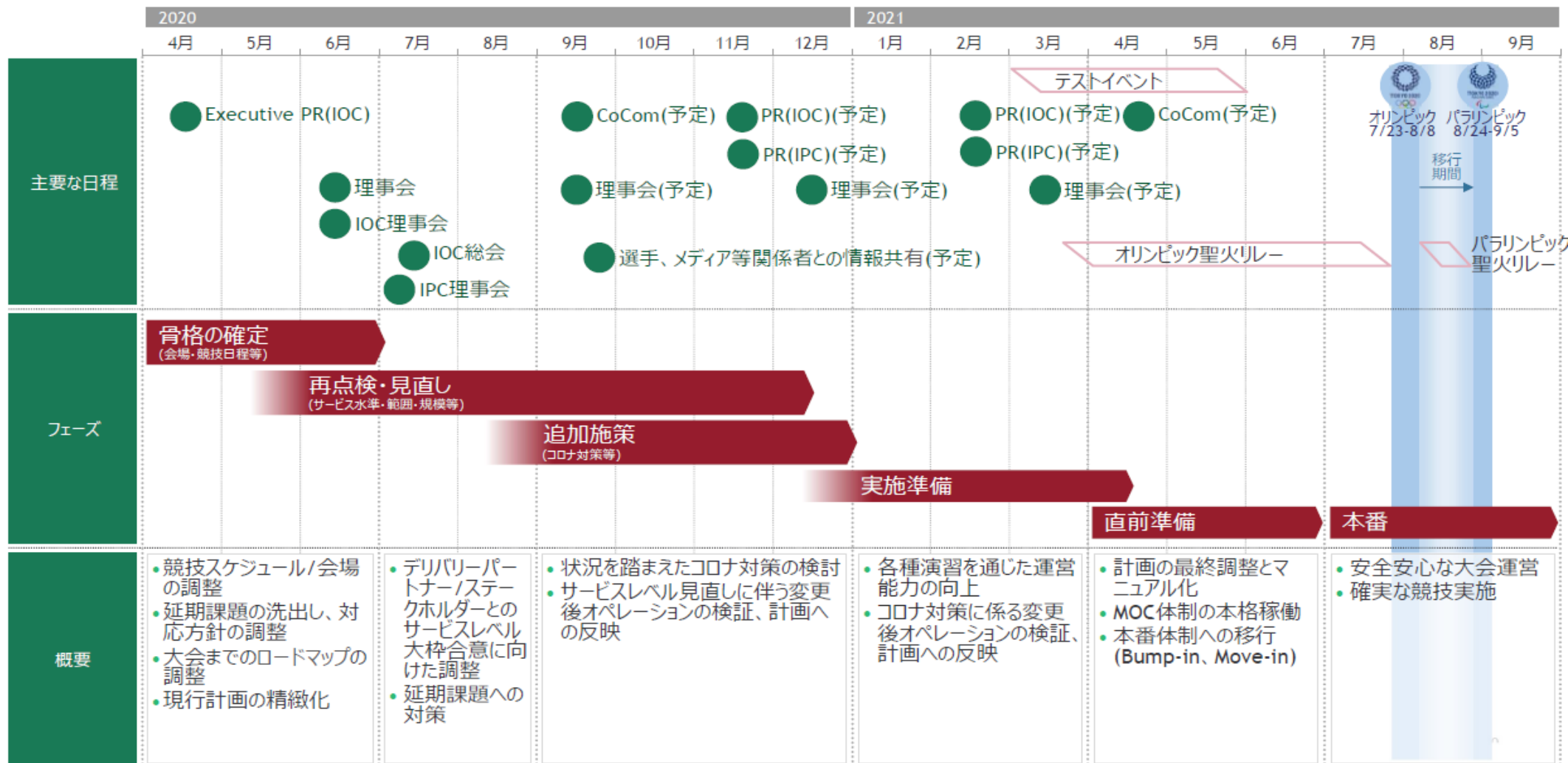


# 6-2. 東京2020大会の動き

## ロードマップ

### Roadmap to 2021 Summer

TOKYO 2020



※ スケジュールについては変更の可能性有

CoCom:調整委員会 PR:プロジェクトレビュー

## 7-1. 情報発信の取組（海外）

### ▶ 新型コロナウイルス感染症の影響を受け、世界各国・地域では、 将来の観光需要の回復に向け旅行者の関心をつなぎとめる情報発信を継続

#### 【ハワイ州観光局】

自宅でハワイ気分を体感できる  
「おうちでハワイ」プログラムを開始

ハワイ州観光局公式ポータルサイトallhawaiiの中に「おうちでハワイ」ウェブサイトを開設。「バーチャルハワイ」「癒しのハワイ」「学ぶハワイ」「音楽でハワイ」「映画でハワイ」「読み物ハワイ」「家族でハワイ」の7つのカテゴリーで情報発信を行っている。



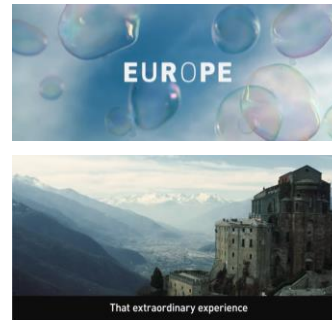
（ハワイ州観光局ホームページより）

#### 【各国政府観光局等】

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

##### EU

自然、文化、歴史、遺産等を見せ、旅行への好奇心を刺激



（ヨーロッパ観光委員会）

##### ギリシャ

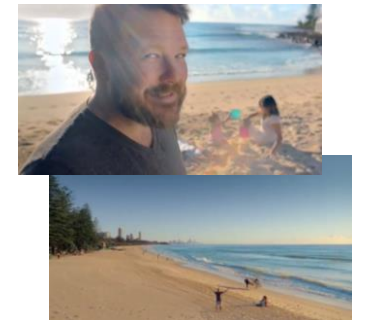
自然や建築の魅力と、健康と安全のプロトコルに準拠という安心のメッセージを発信



（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）

#### 【シンガポール政府観光局】

リアル/オンラインのハイブリッドでMICEを実施

シンガポールでは、6月にこれまでリアルで開催をしていた、「IDEM（国際歯科展示会・学会）」をオンラインで開催し成功を収めた。

また、8月には工学系国際会議をリアル（50名）とオンライン（1000名）のハイブリッドで試験的に開催。9月にも同規模のハイブリッド型医療系国際会議を実施予定



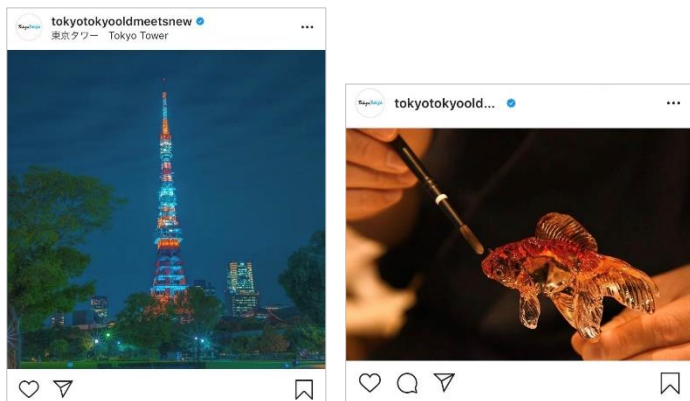
## 7-2. 情報発信の取組（東京都）

### ➤ 東京都においても、多様なツールを活用し、将来の訪都に向け、訪れなくとも東京を楽しめるコンテンツを発信

#### 旅行者向け情報発信

##### ●SNSを活用した東京ファンの獲得

Tokyo Tokyo 公式 Instagramにおいて、東京の魅力の発信や参加型コミュニケーションを実施



#travelfromhome #traveltomorrow 等のハッシュタグを活用

**Question**

Mount Takao in Tokyo holds the world record for the \_\_\_\_!

東京にある有名な山、高尾山は \_\_\_\_ で世界一とされています！

**CHOOSE ONE! / 選んでね!**

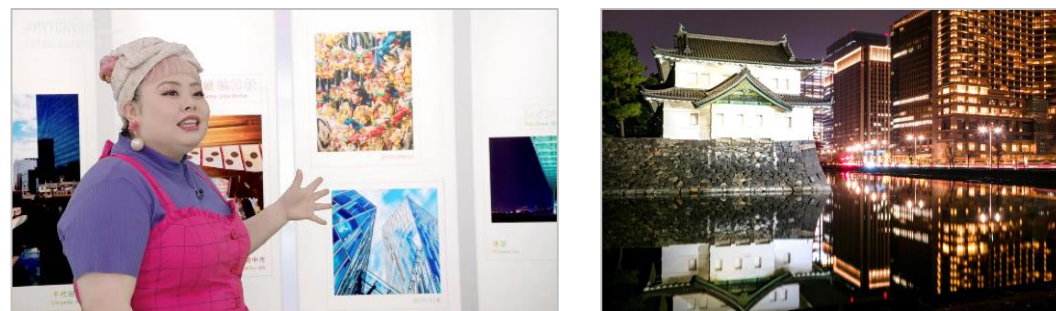
Highest elevation / 標高

Most climbers / 登山者数

Most trees / 木の木数

##### ●オンラインイベントを通じた東京の魅力発信

一般の方から公募した「とっておきの東京の景色」の作品を、オンラインイベント「#MY TOKYO IS \_\_\_\_ VIRTUAL EXHIBITION 2020」において紹介



※ライブ配信映像はアーカイブとしても公開

#### 事業者向け情報発信

##### ●メールマガジンの配信

海外のメディアや旅行事業者を対象とし、東京の最新情報や感染症に配慮した施設の情報を配信



## 8. 観光関連事業者の新たな取組例

- 厳しい状況下において、観光関連事業者は、安全安心志向の高まりや働き方の変化、デジタル化などの社会変化を捉え、感染防止対策や新たなサービスを展開

### (社会変化)

#### ○安全・安心は基礎的なインフラに

「三密回避」の対応が急務

#### ○働き方の変化

企業のテレワーク導入率が急速に拡大

#### ○デジタル化の加速

オンライン会議など、デジタルツールの活用が進展

### (新たな取組例)

#### ●入場者への感染防止のための取組

入場者の検温、入場者のマスク着用の徹底を周知、  
入場者数等の制限による三密回避など利用者向けの対策を徹底

#### ●従業員への感染防止のための取組

従業員の検温等による体調管理、勤務中のマスク着用、  
施設内の定期的な換気、窓口などへのアクリル板や透明ビニール  
カーテン等による遮蔽など従業員向けの対策を徹底

#### ●宿泊施設におけるテレワークプランの実施

#### ●旅行業者等によるオンラインツアーの実施

など

## 9-1. 東京都におけるこれまでの主な取組①

- 感染症の状況を踏まえ、感染拡大を阻止する対策や経済活動を支えるセーフティネットの強化・充実を図るとともに、感染防止と経済社会活動の両立を図る観点から安全・安心の観光施策を推進

### 感染拡大を阻止する対策

#### ●感染拡大防止協力金の支給

- 緊急事態措置期間において、都の要請や協力依頼に応じて、店舗・施設の使用停止や営業時間の短縮に全面的に協力いただいた中小の事業者に対し、協力金を支給



(日の丸交通株式会社 提供)

### 経済活動を支えるセーフティネットの強化・充実

#### ●中小企業制度融資

- ①新型コロナウイルス感染症対応緊急融資
- ②新型コロナウイルス感染症対応緊急借換
- ③危機対応融資
- ④感染症対応融資（全国制度）  
＜利子補給＞ 4メニュー合計融資額1億円まで3年間全額補給  
＜信用保証料補助＞ 4メニューとも全額補助

#### ●飲食事業者の業態転換支援

- 新型コロナウイルス感染症の影響により売上げが落ち込んでいる都内中小飲食事業者が新たなサービス（テイクアウト・宅配・移動販売）により売上げを確保する取組に対し、経費の一部を助成  
＜上限額＞100万円 ＜助成率＞5分の4

#### ●タクシー・観光バスの飛沫防止対策等の取組を支援

- タクシー事業者及びバス事業者が実施する乗客・乗務員の安全・安心の確保に向けた取組を支援

##### ①タクシー事業者に対する支援

- ＜対象＞運転席と後部座席等を隔離する飛沫感染防止策
- ＜上限額＞1台あたり8千円 ＜補助率＞5分の4

##### ②バス事業者に対する支援

- ＜対象＞観光バス（観光周遊及び空港アクセス等）における感染拡大防止に向けた取組等
- ＜上限額＞1台あたり8万円 ＜補助率＞5分の4

#### ●テレワークの促進に向けた宿泊施設利用拡大支援

- テレワークの場を提供する宿泊施設と、テレワークの場を確保したい企業を募集し、マッチングすることで、テレワークの促進と宿泊施設の利用拡大を推進

## 9-2. 東京都におけるこれまでの主な取組②

### 経済活動を支えるセーフティネットの強化・充実

#### ●東京都家賃等支援給付金

- ▶ 事業者における家賃等の負担を軽減し、事業の継続を下支えするため、国の家賃支援給付金に独自の上乗せ給付（3か月分）を実施

#### ●飲食事業者向けテラス営業支援

- ▶ 飲食店等を対象に、臨時的なテラス営業等を行う際の必要なイス・テーブル等を新たに調達する経費の一部を助成 <上限額>10万円 <助成率>3分の2

### 感染防止と経済社会活動の両立等を図る取組

#### ●宿泊施設における非接触型サービスの導入支援

- ▶ 宿泊事業者が「新しい日常」への対応に向けて取り組む、非接触型サービスの導入等を支援  
①アドバイザー派遣 上限5回（無料） ②施設整備等に対する補助  
<限度額>1施設あたり200万円 <補助率>3分の2

#### ●宿泊施設のバリアフリー化支援

- ▶ 一定の条件を満たす客室を全額補助とするとともに、新たに実施設計費も補助対象とし、事業者の取組を一層支援

#### ●オンライン東京ツアーの発信

- ▶ 都内各地の魅力を発信するため、観光スポットを回遊できるオンライン街歩きツアーをモデル的に実施するとともにホームページやSNS等を活用したPRを展開

#### ●「感染防止徹底宣言ステッカー」の普及啓発

- ▶ 事業者の皆様、店舗等の利用者への安心の提供と感染拡大防止のため、感染防止対策を実施している事業者の店舗等にステッカーを掲示



#### ●新しい生活様式に対応したビジネス展開支援

- （新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン等に基づく対策実行支援）  
▶ 業界団体が作成した感染拡大予防ガイドライン等に沿った感染症対策を行う中小企業等に対し、経費の一部を助成  
<限度額>50万円（内装・設備工事費を含む場合は100万円） <助成率>3分の2

#### ●観光事業者等の先進的な取組の支援

- ▶ 「新しい日常」への対応を促進するため、他事業者のモデルとなるような先進的な取組を行う事業者を支援 <上限額>2,000万円 <補助率>3分の2  
※支援した取組、地域や業界団体等の取組などを合わせてモデル事例としてウェブサイト等で発信

### 感染拡大を阻止する対策

#### ●営業時間短縮に係る感染拡大防止協力金の支給

- ▶ 都の要請に応じて、営業時間の短縮に全面的にご協力いただける中小の飲食事業者等に対し、協力金を支給

※上記のほか、令和2年都議会第3回定例会において、9月補正予算として「宿泊施設テレワーク利用促進事業」「観光事業者の経営力強化支援事業」「観光事業者のオンラインツアー造成支援事業」等を上程予定

# 10-1. ウィズ/アフターコロナ時代における観光のキーワード①（委員意見をもとに作成）

## 安全・安心・非接触

- 全ての観光事業者が、「**三密回避**（密集・密接・密閉）と**ソーシャルディスタンス**」への事業対応を図る必要
- ホテル、旅館、飲食店等に対し、**新しい生活様式**に適応するための設備投資などへの支援が必要
- 飛行機のウェブチェックインやホテルのセルフチェックイン&アウト、店舗でのセルフレジの導入など、**非接触**を推進することで感染リスクを下げる必要
- 旅行地を決める第一の要素は、地域の魅力。安全安心も加味するかもしれないが、**受入のインフラの一つ**である

## デジタル化・稼ぐ力

- 予約手段、移動交通手段、宿泊チェックイン、滞在時のシームレス、キャッシュレス、非対面など**合理化**に向けた**インフラ投資**の促進を
- social distancingの観点から供給が制限され、単価を上げていかないとやっていけないはずなので、**生産性向上**を促進することが大事
- IT、AI、**ネットベース**の「非接触型コミュニケーションビジネス」など**新たな事業スタイル**の確立を
- 日本のハイテクを駆使した**バーチャル映像**や**AR映像**などで日本を擬似体験できる仕組みを発信し、日本らしさと強みをアピールすべき
- 3Dなど大容量のデータを送れる**5G**を活用し、東京の観光地の魅力や買物などの情報を一層発信していくべき

## 情報発信

- **今から情報発信**すべき。「収束すれば、こういった観光の楽しみが待っている」という発信は大事
- 海外では積極的なインバウンド向けプロモーションが行われている中、**今から情報発信**をしないと今後のインバウンド誘客に参戦できなくなる
- 観光は、人の気持ち動き出したら**一気に回復**するので、今のうちから**備えておく**ことが重要
- 「**安全・安心**」の価値がコロナ後に相対的に高まっており、**現状を正確に伝える**ことが重要
- 移動制約のストレスで自然への関心が高まっている。**多摩・島しょ地域**の魅力はPRするチャンス
- これまでのプロモーションで東京を知らない人はいなくなった。次の段階としてマスではなく、**個別マーケットへのプロモーション戦略**を打つべき
- 旅行者が求める**様々なテーマに対応するきめ細かなプロモーション**が必要

## MICE誘致

- リアルとオンラインの**ハイブリッド化**は避けられないが、新しい情報・技術・知見を共有できる、そして何より普段会えない人々に直接会えるという**MICEの本質的な意義は変わらない**。東京らしい付加価値を見出していく必要
- これまでのオールインワンが求められる大規模な国際会議よりも、**都市型・分散型MICEの誘致**を進めるべき

# 10-2. ウィズ/アフターコロナ時代における観光のキーワード②（委員意見をもとに作成）

## 段階的な誘客

### （域内・国内）

- 都民が都内を日帰りか一泊から誘客に着手するのは合理的
- 多くの国内旅行者が旅行先に地元や近場の観光地を選ぶ傾向があるため、都民に加えて**首都圏**や**関東**からの旅行者がターゲットになる
- 約23兆円という大きな**国内市場**に照準を当てて需要を作ることが重要

### （インバウンド）

- ペースは遅くても良いので、感染拡大を抑制できている**安心な国**との往来から**慎重に再開**していくことが重要
- 今、国内観光に依存せざるを得ないこの機会を生かして、新しい地域の魅力の発掘やマーケティングなど**基盤強化**を図ることで、次の**インバウンド再開**へとつなげていくべき

## 各地との連携

- ロンドン大会の成果の一つが、訪英旅行者を地方部に誘客したこと。都においても、**地方への誘客**を進め、大会効果を日本全国へ波及させることが重要
- 東京が**日本のゲートウェイ**として機能するよう、全国のアンテナショップをPRするなどの取組が求められる

## 小規模化・分散化

- コロナを機にリモートワークが普及している。**働き方**が変わることによって、土日に集中していた**観光客が分散**し、平準化に繋がるのではないかと
- 従来から学校があるから旅行に行けない、**旅行の平準化**につながらないという議論がある。今回の事態を機に**ウェブ教育**などの活用を進め、通常期でも移動（旅行）ができる環境を整備すべき

## 多様なツーリズム

- 日本には、文化、美術、漫画、日本食など個々の魅力は揃っているので、それを線や面としてつないで、**テーマ性を持たせたメニュー**として分かりやすく示していくとよいのでは
- 東京の持つ観光資源と**地域特性**（歴史・自然環境・文化資産・生活様式など）の再検討が必要
- 移動制約のストレスで自然への関心が高まっている。**多摩・島しょ地域**の魅力をPRするチャンス（再掲）

## 東京2020大会

- 東京2020大会は、コロナ後で世界初のメガイベントとなり、前例のない**重要なアピールの場**でもある。最大限に生かすべき



# 10-3. ウィズ/アフターコロナ時代における観光のキーワード③（委員意見をもとに作成）

## 都民・地域との共存

- **地域の魅力の発掘・発見**は、将来のインバウンドへのアピールや付加価値の向上にもつながる
- 観光協会や、自治体、DMO、事業者など**様々な主体**が責任あるステークホルダーとして、連携しながら役割分担を図り、東京の**観光地マネジメント**を行う必要がある
- まず都民に東京の良さを知ってもらい、ふるさと意識を高めていくことが重要。特に、**子どもから誘客の発信**を行うことは有効なPRになる
- 旅行者が地域に来ることによって受けている**恩恵を住民に分かりやすく示す**べき
- 旅行者受入への**住民の意識が厳しく**なっている。今後インバウンドを進めるにあたり、**地域住民への配慮**や旅行者へのマナー啓発を行うべき
- **観光客と受入側（都民・地域）**が互いを尊敬し、**対等な立場**でつくり上げていくツーリズムを進める必要

## 量から質への転換

- 今後、三密対策などで、飛行機などの交通費が高くなり、所得の低い層はバーチャル観光に流れるのでは。日本に来られる富裕層に対して**高い対価に見合うサービス**が求められる。そのため、今後は**旅行者数より消費額を重視**すべき
- コロナ前のように人が集まらないことを覚悟すべき。都も事業者の**単価を上げる**ための取組に対して支援すべき
- 旅行者数を追い求めるのではなく、逆に**旅行者の受入枠を設定**すればよいのではないか
- 観光産業の本質である**対人コミュニケーションの付加価値**を深化させていく必要

## 持続可能性

- コロナに関わらず、今後は「**持続可能な観光地**」でないと人が集まらない。SDGsの視点から「経済」「社会」「文化」「環境」のバランスが取れないと、長期的にはオーバーツーリズムや環境破壊などにより地域住民からの反発を招き、魅力的な観光地にならない
- 経済合理性だけでなく、**ホスピタリティ**の概念を理解し、真にSDGsを実現する社会を目指す必要がある。観光産業がその先頭に立つ気概を持つべき

# 今年度の「東京の観光振興を考える有識者会議」のテーマについて

## 検討テーマ

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  
(令和3年度末までを想定)

## 今後の予定

第1回 (9月9日)

第2回 (10月下旬頃)

- ・現状を踏まえた誘客の展開
- ・東京の観光の情報発信のあり方
- ・観光産業の復活に向けた産業基盤の強化

などについて議論



有識者会議の提言として公表

※ 第3回会議は、別途ご案内