

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～



Tokyo Tokyo Old meets New

令和4（2022）年2月
東京都

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～

東京都は、新型コロナウイルス感染症により深刻な影響を受けている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」を実現するため、新たな東京都観光産業振興実行プランを策定しました。

東京は世界最高の「PRIME 観光都市」を目指します！

「PRIME」は最高の水準を表す言葉で、

「PRIME 観光都市」とは、

「最高の観光都市」のことを意味します。

「PRIME」という言葉を通じて、東京が観光の分野で世界トップの都市へと発展することを目指していきます。

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を経て、東京には世界から大きな注目が集まっています。

このレガシーをさらに高めながら、本プランのもと、「サステナブル・リカバリー」の視点に立った取組を展開します。観光産業の持続的な成長を実現し、世界中のあらゆる人々を魅了する都市へと東京を進化させてまいります。



東京都知事 小池百合子

本プランの主な特徴

1 2030年に向けた**数値目標**を設定

「『未来の東京』戦略」を踏まえ、9つの目標を設定しました。持続可能な観光を推進する観点から、経済（消費額や旅行者数）に加え、都民、文化及び環境についても目標を設定しました。

2 **3つの戦略**に基づく**7つの施策**を展開

本プランの基本理念である「観光産業の復活と『サステナブル・リカバリー』の実現」に向け、3つの戦略に基づく7つの施策を展開していきます。また、MICEにおいても、開催都市としての優位性を保つため、3つの戦略を踏まえた施策を展開していきます。

3 **指標**を活用した**観光地域経営**の推進

持続可能な観光地域経営を推進するため、政策目標の達成に向けて、PDCAサイクルを活用しながら定期的に数値を評価した上で、新たな施策や改善策の企画・立案に反映していきます。

【目次】

- プラン策定の意義・基本理念・観光を取り巻く状況・計画期間・3つの戦略と7つの施策 …… p3
- 戦略1 観光産業の活性化 …… p7
- 戦略2 社会変化等に対応した「新しい観光」の浸透 …… p11
- 戦略3 持続可能な観光の推進 …… p13
- M I C E誘致の推進 …… p15
- 管理指標 …… p17
- これまでの取組の成果と東京2020大会のレガシー …… p18
- 【参考】観光に関する各種データ …… p19

プラン策定の意義

- ▶ 新型コロナウイルス感染症により観光産業が深刻な影響を受ける中、様々な社会変化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
- ▶ 東京の観光産業振興の方向性を明らかにし、本プランに掲げる施策を推進することで、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

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

- ▶ 本プランにおける施策を推進し、単にコロナ禍前に戻るのではなく、観光産業が活力を取り戻し、一層成長することで、都民生活や地域社会に潤いや豊かさをもたらす持続可能な回復「サステナブル・リカバリー」を実現

観光を取り巻く状況

- ▶ 三密を回避した旅行スタイルへの変化
- ▶ 社会のデジタル化がより一層進展
- ▶ 持続可能な観光への世界的な関心の高まり

計画期間

2022年（令和4年）度から2023年（令和5年）度まで

3つの戦略と7つの施策

基本理念の実現に向け、3つの戦略に基づき7つの施策を展開

戦略1 観光産業の活性化

- 施策1 観光関連事業者の経営力向上への支援
- 施策2 国内観光の活性化と国内外へのプロモーション
- 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

戦略2 社会変化等に対応した「新しい観光」の浸透

- 施策4 デジタル技術を活用した観光の推進
- 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

戦略3 持続可能な観光の推進

- 施策6 地域・住民に寄り添った観光地域経営の推進
- 施策7 観光産業の持続的な成長に向けた基盤の強化

MICE誘致の推進

※ MICEにおいても、開催都市としての優位性を保つため、3つの戦略を踏まえた施策を展開

目指すべき将来像

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

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

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

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

本プランにおける政策目標（2030年）

国内旅行者に対する都民の受入意向

50%以上

外国人旅行者に対する都民の受入意向

50%以上

訪都国内旅行者消費額

6兆円

訪都外国人旅行者消費額

2.7兆円超

訪都国内旅行者数

6億人

訪都外国人旅行者数

3,000万人超

国際会議開催件数

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

70%

都内温室効果ガス排出量（2000年比）

50%削減

観光産業の復活に向けたロードマップ

計画期間における観光需要の回復フェーズを3段階に整理し、フェーズに応じて施策を展開

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

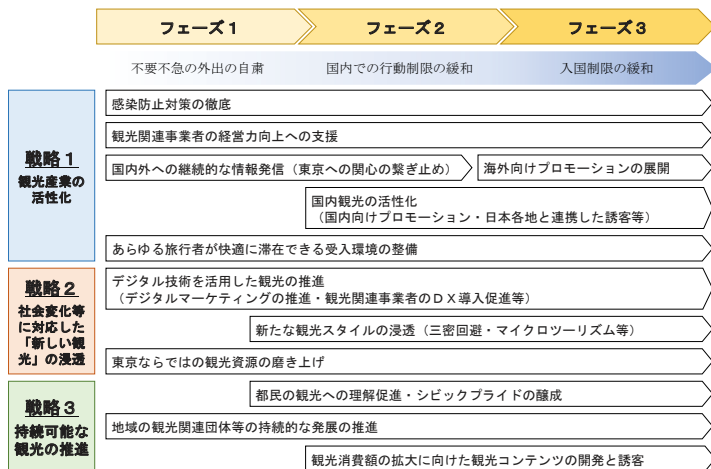
- ✓ 観光関連事業者の感染防止対策や経営力向上への取組を支援
- ✓ 東京への関心を繋ぎ止めるため、東京の魅力を国内外へ継続的に情報発信
- ✓ デジタル技術の活用や受入環境の整備、東京ならではの観光資源の磨き上げ

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^①「E-シヨ」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^②「E-シヨ」を展開



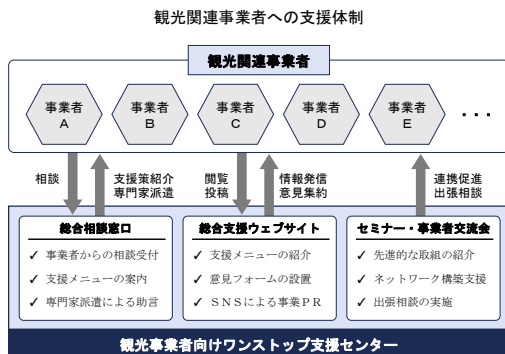
戦略 1 観光産業の活性化

【基本的な考え方】

- ▶ 新型コロナウイルスの影響が長期化する中、観光関連事業者は厳しい経営状況に置かれています。このため、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です。
- ▶ また、インバウンドの回復までの間、まずは国内観光の需要を喚起するとともに、東京の魅力を国内外に発信し、旅行者の関心をつなぎとめることが必要です。
- ▶ 今後は、観光関連事業者の経営力向上に向けた支援を強化していきます。あわせて、国内外へのプロモーションを展開するとともに、あらゆる旅行者が快適に滞在できるよう、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していきます。

施策 1 観光関連事業者の経営力向上への支援

- 観光関連事業者からの相談事項等について、対応する支援メニュー（補助制度、セミナーの開催等）を案内するとともに、ニーズに応じて経営相談を行うワンストップ支援センターを設置します。



- 観光関連事業者の専門家からアドバイスを受けて実施するデジタル技術を活用した生産性向上や新商品・サービスの開発、経営戦略の見直しの取組等を支援します。
- インバウンド需要の回復に向け、対面でのビジネス活動が行えない中でも、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構築の機会を恒常的に提供します。
- 旅行者1人当たりの宿泊日数や消費額を増やすための設備導入や多様な旅行者受入れのための新商品・サービスの開発など収益力向上につながる取組を支援します。
- 長期滞在やマイクロツーリズムなど多様化する顧客ニーズに対応するために宿泊事業者が取り組む施設整備やシステム導入、広報等を支援し、新たな需要の掘り起こしを後押しします。
- 観光産業で求められる経営・マネジメント力の強化に向け、観光関連事業者の経営層・マネジメント層を対象とした講座や教育プログラムの開発等を行う都内の大学等に対して支援します。

観光経営人材育成講座（立教大学）



施策2 国内観光の活性化と国内外へのプロモーション

- 東京2020大会のレガシーを新たな観光資源として、東京2020大会関連施設及び周辺スポット等をめぐる周遊イベントを展開します。
- 東北、中国・四国、九州、北陸の各地域の自治体や交通事業者と連携した共同ウェブサイトにおいて、東京を起点とする観光ルートや動画を充実します。

戦略1 観光産業の活性化

- 都と民間事業者等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します。

アイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」

Tokyo Tokyo Old meets New

街中での展開



「東京おみやげ」の販売



- 訪都旅行への安心感醸成や感染対策を含む東京の新たな旅のスタイルを提案するなど様々な媒体を効果的に活用した集中的な観光プロモーションを実施するほか、観光レップを通じ、市場の状況や特性を踏まえた取組を充実させます。
- 東京を舞台とした映像作品を通じて、国内外へ東京の魅力をPRするとともに、作品視聴者の来訪による観光振興を図るため、海外映画・テレビドラマの都内における撮影やロケハンに対して新たに支援します。
- プロジェクションマッピングの国際大会を共催することで、東京のプレゼンスを一層高めるとともに、本大会の実施を通して民間事業者等によるプロジェクションマッピングの取組の裾野拡大とその定着を図ります。

2021年に開催したTOKYO LIGHTS



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

- ▶ 観光スポットにおける多言語案内看板の設置やWi-Fiの設置など、区市町村による外国人旅行者向けの受入環境整備を支援します。また、民間美術館・博物館等の多言語対応の改善・強化に資する取組を支援します。

- ▶ 外国人旅行者との円滑なコミュニケーションを支援するため、飲食店の外国語メニューの多言語化を支援するウェブサイトを経営します。

多言語メニュー作成支援
ウェブサイト



- ▶ リフト付き観光バス等の更なる導入を促進するため、中・小型バスを補助対象に追加する。また、旅行事業者がリフト付き観光バスを借りてツアーを行う場合の通常バスとの差額レンタル代への補助を充実させます。
- ▶ 障害者や高齢者等が安心して宿泊施設を利用できるよう、「東京都アクセシブル・ツーリズムポータルサイト」の充実を図るとともに、受入れを積極的に行っている事業者や都内の人気観光コースの紹介など、バリアフリー観光情報を集約した総合ウェブサイトにて観光コースのVR動画を掲載し、情報発信の充実を図ります。

東京都アクセシブル・ツーリズム
ポータルサイト

東京都アクセシブル・ツーリズムポータルサイト
Accessible Tourism Tokyo



東京観光バリアフリー情報ガイド
ウェブサイト



戦略2 社会変化等に対応した「新しい観光」の浸透

【基本的な考え方】

- ▶ デジタル化の急速な進展等を踏まえ、観光関連事業者においても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です。
- ▶ 近郊への観光や旅行の小規模化・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です。
- ▶ 今後、観光分野におけるデジタル技術の活用を一層推進していくとともに、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「新しい日常」に対応した観光スタイルを浸透・定着させていきます。

施策4 デジタル技術を活用した観光の推進

- 都内観光関連事業者の経営改善や生産性向上に資するデジタル化を促進するため、アドバイザーの派遣や事業者による新サービス・商品開発の取組に対して支援します。
- 都内旅行事業者に対して、専門家の助言による事業計画の策定や計画の実施に係る費用を支援するとともに、効果的な取組事例の紹介を通じて事業者のDX導入を促進します。
- スマートフォンで交通機関・観光施設・宿泊施設等の検索・予約・決済等ができる観光型MaaSの多摩地域への導入等を支援することで、旅行者の利便性を高めるとともに、誘客の促進や周遊性の向上により地域の活性化を図ります。



- 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し、新たな旅行者層を開拓する参加型の取組を実施します。
- 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（東京観光統計データサイト）を構築・公開し、観光統計のオープンデータ化を一層進めることで、経年比較や検索を容易にするとともに、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します。

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

- アニメやマンガなど国内外からの評価が高いコンテンツ等を観光資源として活用し、地域による誘客促進の取組を支援するとともに、都内全域のアニメ関連観光情報等の発信やアニメツーリズムの推進を通して、国内外の旅行者を誘致します。

デザインマンホール
(はじめの一步)



- 都内旅行事業者が地域の観光関連事業者と連携すること等により、地域ならではの旅行商品を造成する取組を支援します。
- 東京の夜間・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するなど、地域の夜間・早朝の観光振興に向けた取組に対する新たな支援を行い、観光時間の分散化を図ります。
- 多摩・島しょ地域の観光情報サイト「TAMASHIMA.tokyo」において、地域の観光スポットに関する記事や自然の魅力を幅広く発信するコンテンツの充実を図り、動画やSNSを活用しながら地域の魅力を国内外に向けて発信します。
- 多摩・島しょ地域において新たな楽しみを提案する体験型・交流型の観光事業開発を行う民間事業者や団体を支援し、観光地としての魅力を高めます。

戦略3 持続可能な観光の推進

【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」となることが重要です。
- ▶ また、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とともに、シビックプライドを醸成します。
- ▶ 今後は、地域住民の理解を得ながら、「量から質への転換」による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していきます。

施策6 地域・住民に寄り添った観光地域経営の推進

- 都民が観光客を積極的に受け入れられるよう、観光振興を進めることによる意義・メリット等を分かりやすく都民に伝える動画を新たに制作しPRします。また、大学や観光協会等と連携して、観光産業の価値等を発信するシンポジウムやイベント等を開催することにより、都民の観光振興に対する理解を促進します。
- 東京ブランドを一層推進するため、都内の区市町村等と連携し、知られざる魅力を国内外へ効果的に発信し、その土地の魅力を再認識するとともに新たな観光モデルの開発に繋がります。
- 観光協会や企業・団体など多様な主体が連携し、自然や文化などの地域の観光資源を活用しながら、子供達が地域の魅力を発見できるイベント等を行う取組に対して支援します。

子供達による地域の魅力の学習体験



- ▶ 小学生（親子）や中高生等を対象として地域の文化や環境などを学ぶモニターツアーの造成、ガイドラインの作成を新たに行い、都内に広く展開します。

サステナブル・ツーリズム（イメージ）



施策7 観光産業の持続的な成長に向けた基盤の強化

- ▶ 東京の優れた「食」の魅力を国内外に広く発信する大規模なグルメフェスティバルを春と秋に開催します。また、東京の「食」の魅力を観光コンテンツとして位置づけ、戦略的にブランドマネジメントを行いながら、観光プロモーション等に生かしていきます。
- ▶ 旅館と商店街との連携による周辺観光マップの作成や地域の飲食店等との協働による泊食分離など、旅館が地域と協力して進める取組を支援することで、旅行者の地域への周遊を促し、消費の拡大を図ります。
- ▶ 観光協会等の地域の多様な主体が連携した協議会の設立等に対する支援を行うとともに、マーケティングを活用した観光まちづくりの取組を推進します。

多摩市観光まちづくり交流協議会へのアドバイザー派遣



- ▶ 島しょ地域の観光産業活性化を図るため、町村、観光協会、その他観光事業者等が行う観光産業の課題解決に向けた新たな取組を支援します。
- ▶ 旅行者1人当たりの宿泊日数・消費額を増やしていくため、多摩・島しょ地域において滞在型旅行（ロングステイ）に係る観光コンテンツの開発等の新たな取組を行う中小企業者や団体を支援します。

MICE誘致の推進

- ▶ 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です。
- ▶ このため、安全・安心なMICEの開催についての情報発信を充実するとともに、DXの進展を踏まえ、先端技術を活用したMICEの確立に向けた取組を推進していきます。
- ▶ さらに、MICE主催者が開催都市に求める要件として重要度が増しているSDGsにも配慮したサステナブルなMICEの実現に向け、島しょ地域への誘致や受入れに対する都民の理解促進を図っていきます。

MICE誘致に向けた競争力の強化

- 海外他都市との誘致競争を勝ち抜くため、令和4年度からの3年間を重点措置期間として、国際会議の誘致や開催に係る経費への支援を拡充します。
- MICE関連事業者の誘致活動を支援するため、海外への訪問営業（ロードショー）をはじめ、開催地の決定に影響力を持つミーティングプランナー等に向けたPR活動やファムトリップの実施、さらには海外でのMICE見本市へのブース出展等の取組を充実します。
- ユニークベニューの更なる活用促進に向け、東京でのMICE開催に影響力のある在京大使館や上場企業などを対象とした「ショーケースイベント」の開催を通じて、都内のユニークベニューの活用を促進します。

ショーケースイベント（柴又帝釈天）



MICEにおけるDXの推進

- MICE主催者によるDX導入を促進するため、国内外での事例調査や、デジタル技術を用いた会議等の実証実験を行い、東京における次世代型のMICE開催のガイドラインを策定し、MICE関連事業者へ普及していきます。
- 次世代型MICEの推進に向け、ハイブリッド開催への支援を充実させるほか、国内外におけるMICEの開催状況を調査・分析の上、先端テクノロジーの実装を支援します。
- DXの進展に対応するため、MICE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します。

持続可能なMICEの推進

- MICE主催者のSDGsに配慮した取組を後押しするため、国際会議におけるSDGs達成に貢献する取組に必要な経費の助成等を充実し、東京への国際会議誘致に繋がります。

SDGs関連コンテンツの一部

銀座ミナミ子鹿園見学
東京都心の自然の豊かさを実感できるハジメツ農園。農産物を通じて地域の人が暮らす郷を創造し、自然と共生する遠隔都市・健康都市の実現を促進します。



人数：最大20名
所要時間：約30分

ゴムボートでプラスチックアクション!
東京スカイツリーを背景に、競争力強化の上、河川のみみらい等を行うなか、事業の推進の意気込みを表現し、河川美観の環境を高めるプログラム。



人数：最大20名
所要時間：約15分

職人と作る体に優しい布草履
東京の伝統産業と東北地方に伝わる和製が融合して生まれた布草履。技術力豊かな職人の女性職人たちの指導のもと、オリジナルの布草履作りを体験できます。



人数：最大10名
所要時間：約120分

- コロナ禍で自然や分散化に注目が集まる中、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ト重点支援エリアにおける地域での取組として受入体制や人材育成の強化を図ります。
- 島しょ地域でのMICE開催に向け、誘致等を支援するとともに、島内観光ツアーなどの支援プログラムの提供やプロモーション活動などを実施し、自然の宝庫である島の魅力を国内外にPRします。

管理指標

分類	管理指標	現状	目指す方向性
A (都民)	都内観光する都民の割合	30.2% (2021年)	
	観光に係る活動に関心がある都民の割合	28.0% (2021年)	
	観光に係る活動の経験がある都民の割合	17.4% (2021年)	
B (経済)	国内旅行者の満足度	95.0% (2019年)	
	外国人旅行者の満足度	95.4% (2019年)	
	訪都外国人リピーター率	56.4% (2019年)	
	都内延べ宿泊数	7,898万人泊 (2019年)	
	生産波及効果	11.8兆円 (2019年)	
	雇用効果	99万人 (2019年)	
C (文化)	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% (2021年)	
	都指定文化財件数	825件 (2020年度)	
	都内国宝・重要文化財等指定件数	3,268件 (2020年度)	
	ユニークベニュー利用件数	24件 (2019年度)	
D (環境)	再生可能エネルギーによる電力利用割合	17.3% (2019年度)	
	生物多様性の拠点である保全地域の新規指定拡大	約758ha (2019年度)	

これまでの取組の成果と東京2020大会のレガシー

都は、東京2020大会を契機として、観光産業の更なる活性化につなげていくため、東京を訪れる国内外の旅行者が安心かつ快適に観光を楽しめるよう、多言語対応やバリアフリー化を強化するなど、旅行者の移動・滞在を支える基盤を都内全域で整備してきました。

その結果、「外国人旅行者の受入環境整備方針（2014年12月）」で定めた外国人旅行者が多く訪れる10地域においては、徒歩2～3分圏内で観光情報にアクセスできる環境を実現しました。

また、多摩・島しょ地域を含めた都内各地域の多彩な魅力を生かした観光振興を推進するため、地域の観光資源の開発・磨き上げに取り組むとともに、東京と日本各地の魅力を効果的に国内外へ発信してきました。

【取組と成果の例】

東京観光情報センターの運営



世界自然遺産共同ウェブサイトでの発信



観光ボランティアの育成



バリアフリー対応の客室



TOKYO FREE Wi-Fiの整備



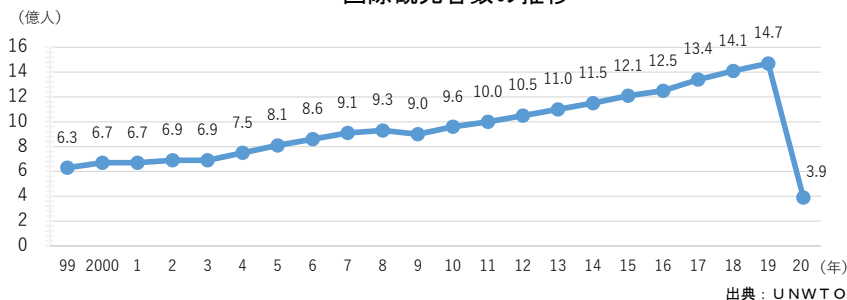
都は、東京2020大会に向けた取組を都市のレガシーへと発展させ、世界中のあらゆる人々を魅了する観光都市へと進化させていきます。

【参考】観光に関する各種のデータ

●新型コロナウイルス感染症の影響

- UNWTO（国連世界観光機関）によると、2010年以降10年連続で増加していた国際観光客数は、感染拡大防止のための渡航制限等により大きく減少し、観光産業に大きな影響を与えています。

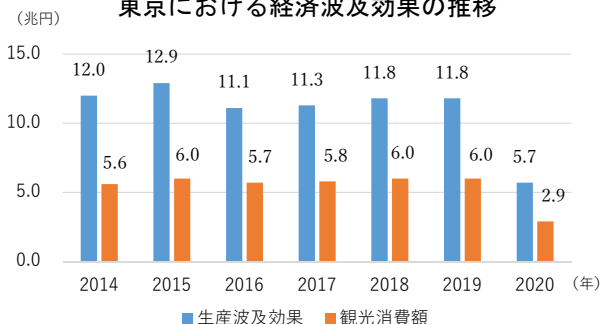
国際観光客数の推移



●観光消費の経済波及効果

- 観光産業の振興は、旅行者の観光消費を通じて幅広い産業に経済面の波及効果を生み出し、地域の活性化にも寄与します。
- 東京を訪れた旅行者数が最多となった2019年は、観光消費額が約6兆円となっており、他業種へ波及した額である生産波及効果は11.8兆円に達しています。

東京における経済波及効果の推移

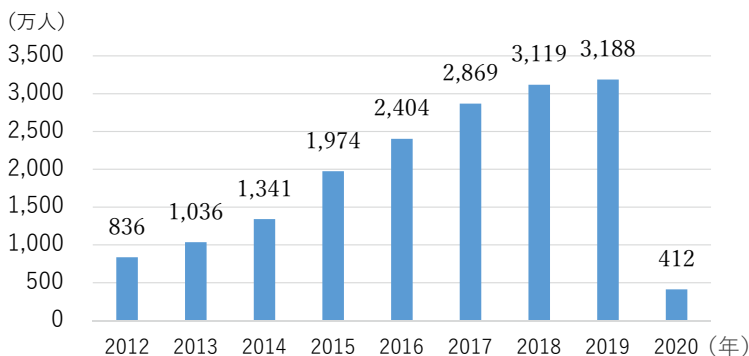


出典：「東京都観光客数等実態調査」（東京都）

●日本の観光

- 2020年の訪日外国人旅行者数は、前年比87%減の412万人となりました。また、訪日外国人旅行消費額は、前年比85%減の0.74兆円となり、いずれも大幅な落ち込みとなっています。

訪日外国人旅行者数の推移



出典：日本政府観光局 (JNTO)

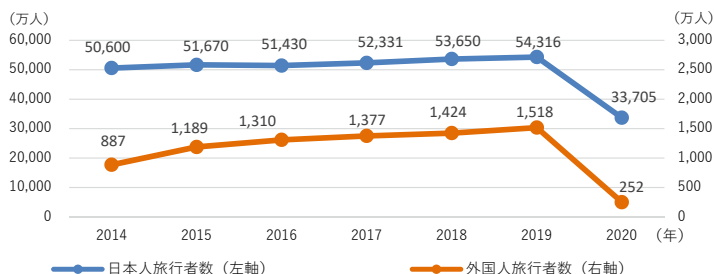
訪日外国人旅行消費額の推移



出典：日本政府観光局 (JNTO)

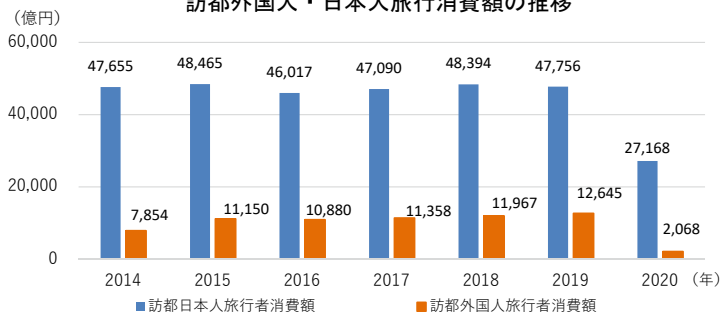
- 2020年の訪都外国人旅行者数が前年比83%減の252万人となりました。一方、訪都日本人旅行者数は、前年比38%減の約3.4億人となり、外国人旅行者と比較すると減少が抑えられています。消費額、宿泊者数も、同様の傾向で、前年比の減少幅が小さく、かつ全体に占める割合が高くなっています。

訪都外国人・日本人旅行者数の推移



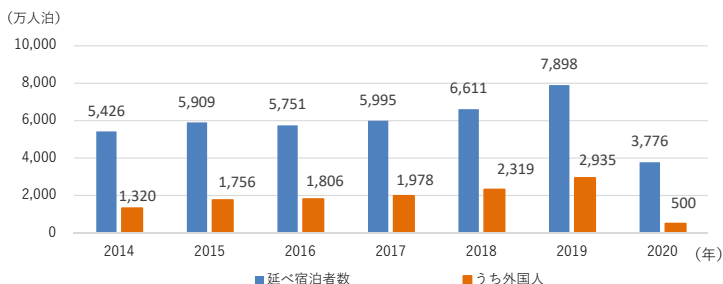
出典：「東京都観光客数等実態調査」（東京都）

訪都外国人・日本人旅行消費額の推移



出典：「東京都観光客数等実態調査」（東京都）

都内宿泊施設の延べ宿泊者数推移

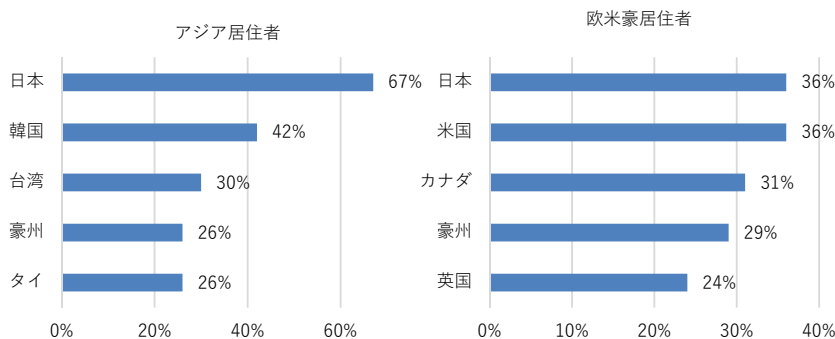


出典：「宿泊旅行統計調査」（観光庁）

●新型コロナ収束後の海外旅行意向

- ▶ コロナ禍においても、海外における新型コロナ収束後の海外旅行意向は高く、また、次に海外旅行したい国・地域では、日本がアジア・欧米豪のいずれでも高く、日本への期待は高まっています。

コロナ終息後に旅行したい国・地域



出典：(株)日本政策投資銀行・(公財)日本交通公社

- ▶ 富裕層向け旅行雑誌「Condé Nast Traveler (コンデ・ナスト・トラベラー)」が行った読者投票ランキング「Readers' Choice Awards 2021」の結果が2021年10月に発表され、東京は、米国版で2年振り、英国版では初めて「世界で最も魅力的な都市のランキング」において第1位に選ばれました。

読者投票ランキング「Readers' Choice Awards 2021」上位10都市

米国版ランキング

The Best Cities in the World
(Best Big Cities 部門) (米国を除く)

1位 (6位)	東京 (日本)
2位	大阪 (日本)
3位 (1位)	京都 (日本)
4位 (3位)	シンガポール
5位	イスタンブール (トルコ)
6位	メリダ (メキシコ)
7位	マラケシュ (モロッコ)
8位 (7位)	ポルト (ポルトガル)
9位	バンコク (タイ)
10位	ソウル (韓国)

※ () 内は、2020年の順位、-は昨年ランク外

英国版ランキング

Top 20 CITIES in the World
(英国を除く)

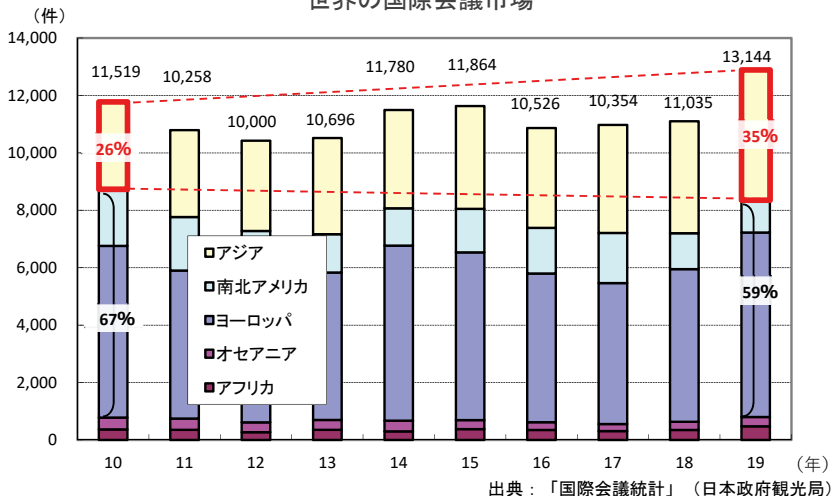
1位 (15位)	東京 (日本)
2位	大阪 (日本)
3位 (4位)	京都 (日本)
4位 (9位)	シンガポール
5位 (1位)	サン・ミゲル・デ・アジェンテ (メキシコ)
6位	イスタンブール (トルコ)
7位 (3位)	メリダ (メキシコ)
8位	マラケシュ (モロッコ)
9位 (18位)	ポルト (ポルトガル)
10位	アスペン (アメリカ合衆国)

資料：Condé Nast Traveler (コンデ・ナスト・トラベラー)

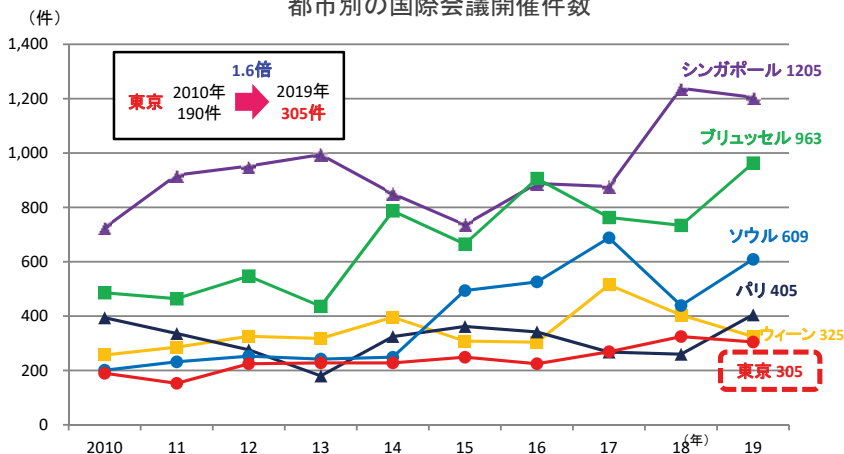
●世界の国際会議市場・開催件数

- 世界の国際会議市場に占めるアジア市場は、2010年の26%から10年後の2019年には35%と確実にシェアを伸ばしています。
- 東京での国際会議開催件数は、2010年の190件から、2019年には305件と増加するも、他都市の誘致も活発化しているため、順位の変動はありません。

世界の国際会議市場



都市別の国際会議開催件数



●国際会議の開催状況（2020年）

- ▶ コロナの影響により、国際会議の多くが延期となった一方で、オンラインやオンラインと実地開催を組み合わせたハイブリッドといった人の移動や集会を回避する開催方法による会議が増加しています。
- ▶ 2020年に日本で開催が予定されていた国際会議への新型コロナの影響について、オンラインは31%、ハイブリッドは4%となりました。

2020年に開催が予定されていた国際会議の件数と開催状況

地域	影響なし	オンライン	ハイブリッド	延期	開催地変更	中止	合計
欧州	344(7%)	1,423(30%)	48(1%)	2,231(47%)	30(1%)	630(13%)	4,706(56%)
アジア	187(12%)	378(25%)	80(5%)	628(42%)	29(2%)	199(13%)	1,501(18%)
(うち、日本)	30(10%)	97(31%)	12(4%)	126(41%)	5(2%)	39(13%)	309(4%)
北米	93(9%)	380(39%)	6(1%)	318(32%)	3(0%)	180(18%)	980(12%)
中南米	69(11%)	165(27%)	—	275(44%)	4(1%)	108(17%)	621(7%)
太平洋州	26(10%)	69(27%)	4(2%)	103(40%)	5(2%)	52(20%)	259(3%)
アフリカ	26(11%)	63(26%)	4(2%)	122(50%)	—	31(13%)	246(3%)
中近東	18(19%)	28(29%)	1(1%)	37(38%)	2(2%)	11(11%)	97(1%)
合計	763(9%)	2,506(30%)	143(2%)	3,714(44%)	73(1%)	1,211(14%)	8,410(100%)

資料：「ICCA Statistics Report 2020」ICCA（国際会議協会）

↓さらに詳しい内容はこちらをご覧ください

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～

<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/plan/tourism/plan/prime2022-23/>



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可能な成長に向けて～

登録番号 (4)69

令和4年7月発行

編集・発行 東京都産業労働局観光部企画課
〒163-8001 新宿区西新宿二丁目8番1号
電話 03 (5320) 4721

印刷 シンソー印刷株式会社
〒161-0032 新宿区中落合一丁目6番8号
電話 03 (3950) 7221

※「シビックプライド」は株式会社読売広告社の登録商標です。



当紙の11%配合率(90%)再生紙を使用しています



この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。

