

第2章

今後の観光産業振興の方向性

- 1 基本理念
- 2 基本理念の実現に向けた戦略と施策
- 3 目指すべき将来像と政策目標
- 4 観光産業の復活に向けたロードマップ

1 基本理念

新型コロナの影響が長期化する中、厳しい経営状況に置かれた観光関連事業者が将来にわたって事業活動を続け、成長していけるよう、都は、観光産業の活性化に向けた取組を積極的に推進していく。

また、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する。あわせて、旅行需要の回復に備えて、観光関連事業者の新たな取組等を強力に後押ししていく。

さらに、持続可能な社会を実現し、都民生活の豊かさや地域社会の課題解決につなげるため、社会、経済、文化、環境などに配慮した観光地域経営を推進することで、観光都市としての魅力を高め、観光分野におけるSDGs達成に貢献していく。

都は、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」を実現していく。

以上を踏まえ、本プランの基本理念を次のとおり定める。

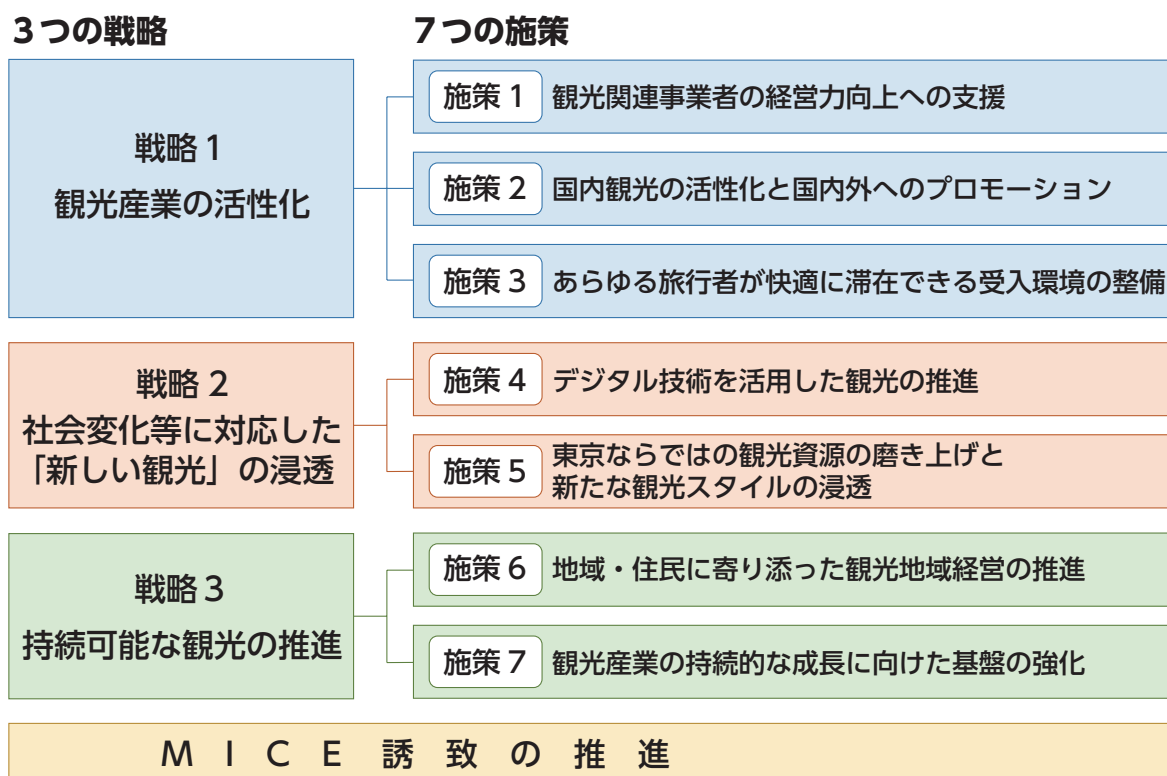
基本理念

観光産業の復活と「サステナブル・リカバリー」の実現

2 基本理念の実現に向けた戦略と施策

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、「観光産業の活性化」、「社会変化等に対応した『新しい観光』の浸透」、「持続可能な観光の推進」の3つの戦略に基づき、以下の7つの施策を展開していく。

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く。



なお、UNWTOによると国際観光客数の回復時期は2023年6月～2024年末と見込まれている。そのため、本プランは、2022年度から2023年度までの2年間を計画期間とし、観光産業の復活と持続的な成長に向けて施策を展開していく。

3 目指すべき将来像と政策目標

本プランの推進にあたっては、『未来の東京』戦略』を踏まえ、東京の目指すべき将来像を実現するための政策目標を設定し、行政、観光協会などの観光関連団体、観光関連事業者など多様な主体が連携・協力しながら、共通の目標を持って東京の観光を活性化させる政策を展開していく。

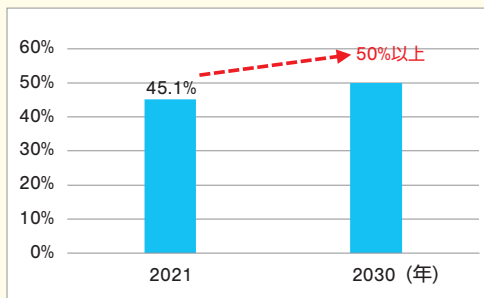
目指すべき将来像

- 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
- 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
- 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
- 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

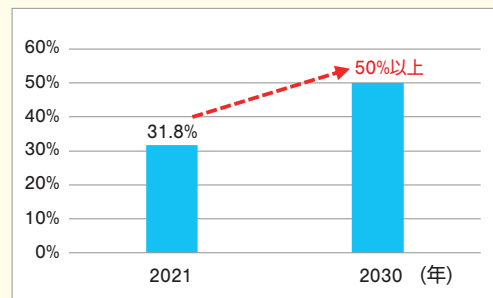
国内旅行者に対する都民の受入意向

45.1% (2021年) → 50%以上 (2030年)



外国人旅行者に対する都民の受入意向

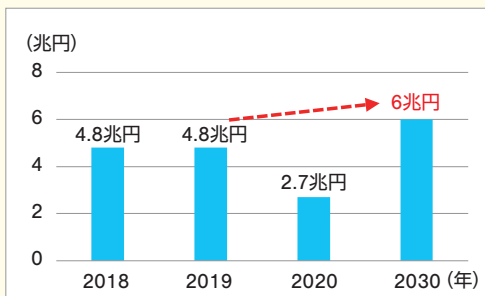
31.8% (2021年) → 50%以上 (2030年)



政策目標

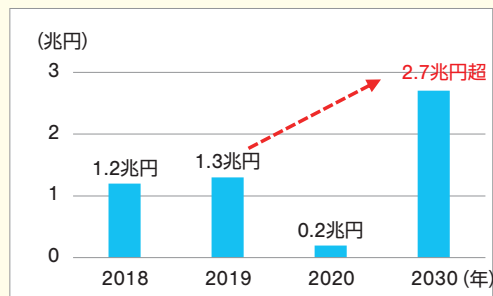
訪都国内旅行者消費額

4.8兆円 (2019年) → **6兆円** (2030年)



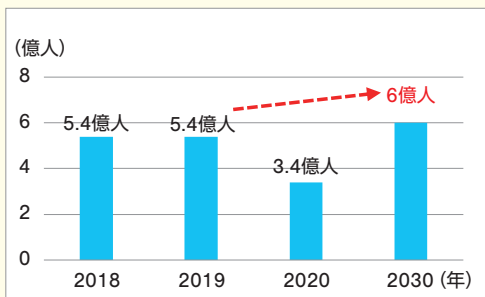
訪都外国人旅行者消費額

1.3兆円 (2019年) → **2.7兆円超** (2030年)



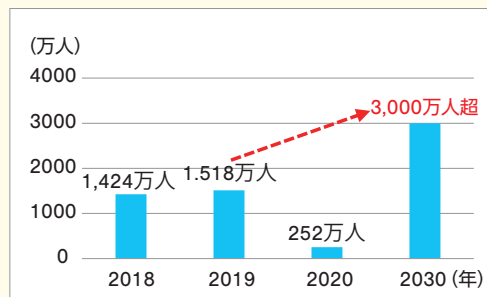
訪都国内旅行者数

5.4億人 (2019年) → **6億人** (2030年)



訪都外国人旅行者数

1,518万人 (2019年) → **3,000万人超** (2030年)



国際会議開催件数

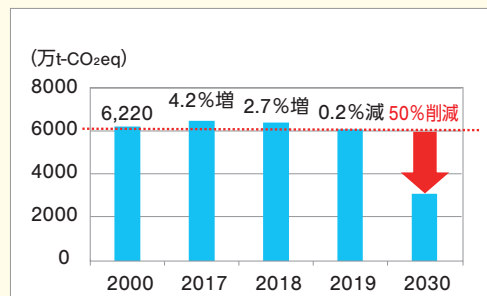
世界6位 (2019年) → **世界3位以内** (2030年)

東京の文化的環境を楽しんでいる人の割合

52.9% (2017年) → **70%** (2030年)

都内温室効果ガス排出量 (2000年比)

0.2%減少 (2019年度速報値) → **50%削減** (2030年)



4 観光産業の復活に向けたロードマップ

観光産業の早期回復に向け、観光需要の回復フェーズを以下の3段階に整理した上で、各フェーズに応じて時機を逸することなく施策を展開していく。

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するとともに、シビックプライド（都市に対する市民の愛着や誇り）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

