

1 観光産業の活性化

基本的な考え方

- ▶ 新型コロナ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る。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ある。
- ▶ 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ある。
- ▶ 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く。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く。

施策体系

施策 1

観光関連事業者の経営力向上への支援

- ▶ 観光関連事業者への支援に係る基盤の構築
- ▶ 観光関連事業者の収益力向上支援
- ▶ 観光人材の育成・活用

施策 2

国内観光の活性化と国内外へのプロモーション

- ▶ 国内観光の活性化
- ▶ 海外プロモーションの展開
- ▶ 世界におけるプレゼンスの一層の向上

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

- ▶ インバウンド向け受入環境の整備
- ▶ アクセシブル・ツーリズムの推進

施策1 観光関連事業者の経営力向上への支援

観光産業の活性化に向けて、新型コロナにより大きなダメージを受けた観光関連事業者に対する支援基盤を構築するとともに、事業環境の変化に柔軟に対応できる強靱な経営を実現するため、観光関連事業者の収益力向上や人材の育成・活用を支援していく。

- ▶ 観光関連事業者への支援に係る基盤の構築
- ▶ 観光関連事業者の収益力向上支援
- ▶ 観光人材の育成・活用

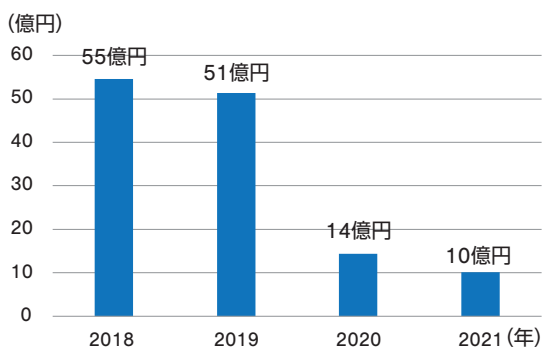
観光関連事業者への支援に係る基盤の構築

【現状と課題】

- 新型コロナの感染拡大以降、都内では緊急事態宣言等による移動の自粛要請が続くなど、旅行業や宿泊業をはじめとした観光関連事業者は大きな影響を受けている。2020年の主要旅行業者の旅行取扱状況は、前年比で73%減の14億円となっており、2021年も回復していない。(図表9)

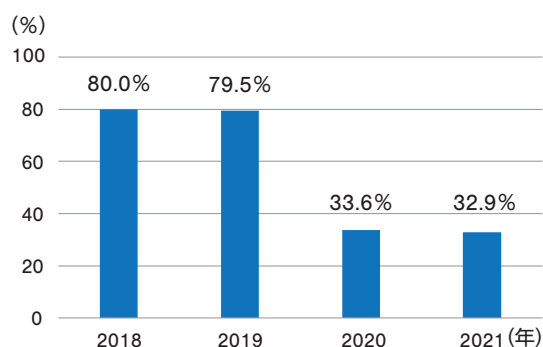
東京の宿泊施設稼働率についても、同様の傾向となっている。(図表10)

図表9 主要旅行業者の旅行取扱状況



「主要旅行業者の旅行取扱状況」(観光庁)より作成
※ 2021年は1月から11月の合計値

図表10 東京の宿泊施設稼働率



「宿泊旅行統計調査」(観光庁)より作成
※ 2021年は1月～10月の平均値

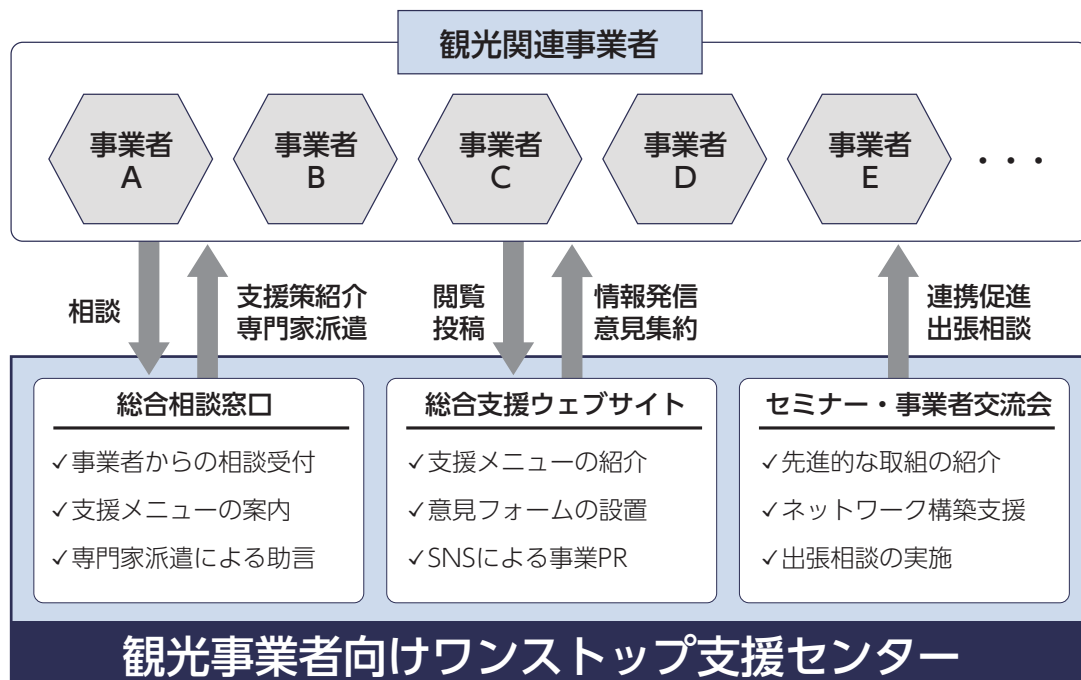
- 都は、感染症防止と社会経済活動の両立に向け、宿泊施設やタクシー・バス事業者による感染防止策の取組を支援している。また、観光需要回復を見据えた準備として、観光関連事業者が専門家の助言を受けて行う経営改善や新たな事業展開などを支援している。

- 今後、これらの支援策を観光関連事業者が適時適切に活用できるよう、事業者のニーズに応じた支援策を提案することができる体制を整備するとともに、支援メニューなどを分かりやすく情報提供することで、事業者の利便性を向上させることが必要である。
- 海外事業者向けのB to Bプロモーション（企業が企業に対して実施するプロモーション）については、これまで旅行博への出展やセミナーの開催、招聘事業等を民間事業者と連携しながら実施してきたものの、新型コロナの影響により、中止・延期等が相次いでいる。
- そのため、当面インバウンド需要の回復が見込まれるまでは、都内事業者のプロモーションやセールス、ネットワーキング構築などのビジネス機会を積極的に提供していくことが必要である。

【具体的な取組】

- ▶ 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する。あわせて、観光関連事業者向けの支援策を一元的かつ網羅的に紹介するウェブサイトを開設する。

観光関連事業者への支援体制



- ▶ 観光関連事業者が売上増加やコスト削減などの経営課題を解決しながら事業展開を図ることができるよう、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する。
- ▶ 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する。また、渡航制限の緩和などにより対面での商談などが可能となった場合には、リアルとオンラインを併用しながら事業者の支援を一層充実させていく。

観光関連事業者の収益力向上支援

【現状と課題】

- 都はこれまで、オンラインを活用したツアーの造成や宿泊施設によるテレワーク利用の促進に加え、長期滞在など宿泊者の新たなニーズに対応するために行う客室等の環境整備等を支援し、コロナ禍における観光関連事業者の新たなビジネス展開を後押ししてきた。
- 今後、新型コロナウイルスによる旅行者意識の変化や三密回避のための制限が見込まれる中においても、観光事業者が事業を継続しながら収益確保を図れるよう、商品・サービスの質の向上や新たな設備導入、リピーターの獲得などの取組を支援する必要がある。

【具体的な取組】

- ▶ 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する。
- ▶ 団体等が実施する業界の生産性向上のための共通システムの開発やセミナー開催による人材育成など、複数の事業者や業界団体の取組を支援していく。
- ▶ 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する。また、テレワークの場を提供する宿泊施設の情報を専用ウェブサイトで発信し、都内事業者によるテレワーク利用の拡大を図る。

- ▶ 持続可能な観光を推進するため、環境に配慮した観光関連事業者の先進的な事例等を調査し、効果的な取組について検討していく。

観光人材の育成・活用

【現状と課題】

- 都は、東京を訪問する外国人旅行者の多様なニーズに的確な対応ができ、文化・芸術・伝統等の東京の魅力を伝えることのできる質の高い全国通訳案内士の育成のため、スキルアップ研修を実施するとともに、修了者が通訳ガイドとして活躍できるよう活動支援を行っている。
- 観光関連事業者がデジタル化の急速な進展や観光客のニーズの多様化など取り巻く環境の変化に的確に対応していくためには、専門性を備えた国際感覚豊かな人材を育成していく必要がある。
- 今後回復するインバウンド需要を取り込むためには、外国人目線による商品やサービス開発、広報、マーケティング等を積極的に取り入れていくとともに、観光産業への就職を希望する留学生など、外国人材を積極的に活用していくことも必要である。

【具体的な取組】

- ▶ 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を行う。また、東京都立大学と連携しながら観光経営やデジタル化など時代のニーズに即した専門人材を育成していく。

観光経営人材育成講座（立教大学）



- ▶ 新型コロナにより変化した旅行者ニーズへの対応や先端技術等の活用など、観光関連事業者の先進的な取組を紹介するセミナーを開催し、観光関連事業者の人材育成を支援する。
- ▶ 一定の語学力を有するタクシー運転手等に対し、通訳案内士に必要なとされる基礎知識に加え、観光英語や旅行管理等に関する研修を実施し、円滑に外国人旅行者を観光案内できる人材を育成する。
- ▶ 日本に滞在し観光産業への就職を希望する留学生等の活用に向け、採用ノウハウや人材の受入体制などの助言を行う専門家の派遣や留学生による職場見学会、合同企業説明会などを国の動向を踏まえ実施することで、観光産業における外国人材の採用や定着を後押しする。

施策2 国内観光の活性化と国内外へのプロモーション

インバウンド回復までの間、都民による都内旅行や近隣県からの誘客につながる国内観光の振興を強力的に推進する。また、インバウンド需要の回復期においては、海外市場毎の動向や旅行者のニーズを踏まえて、戦略的なプロモーションを実施し、東京の国際的なプレゼンスの向上を図っていく。

- ▶ 国内観光の活性化
- ▶ 海外プロモーションの展開
- ▶ 世界におけるプレゼンスの一層の向上

国内観光の活性化

【現状と課題】

- 都はこれまで、東京2020大会の開催を契機に国内外へ東京の魅力を広く浸透させ、世界の旅行者から選ばれる旅行地としての「東京ブランド」を確立するための取組を推進してきた。
- また、東京2020大会によって世界中から東京に注目が集まる機会を最大限活用し、スポーツに関連する観光情報の発信や、全国の特産品の販売と合わせて各地の魅力を紹介するイベントを実施するなど、日本各地への送客を促すプロモーションを行ってきた。
- UNWTOによると国際観光客数の回復時期は2023年6月～2024年末と見込まれており、当面は、新型コロナで落ち込んだ都内観光需要の早期回復に向け、国内旅行者を対象とした観光プロモーションや近隣スポットを巡る周遊イベントの実施など、全国から東京への来訪を促す国内観光振興を強力的に推進していくことが必要である。

【具体的な取組】

- ▶ 都内観光需要の早期回復に向け、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行い、東京の旅行先としての新たな魅力を訴求していく。

- ▶ 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する。
- ▶ 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等を充実させる。また、オンライン商談会を活用し、東京と日本各地のツアー造成に向けて海外旅行事業者への働きかけ等を新たに行う。
- ▶ 今後、国内で開催される国際スポーツ大会の機会を捉え、東京及び東京以外の会場も含めた各地の観光情報等を国内外に向けてオンラインで発信し、観光振興につなげていく。

- ▶ 東京都 62 区市町村全てのエリアから選りすぐりの特産品を集めたギフトショップ「TOKYO GIFTS 62」を運営し、個性豊かな商品を通し東京の各エリアの特性や、長い時間かけて育まれた文化、生産者の熱い思いなど、知られざる多様な東京の表情を国内外に発信する。

TOKYO GIFTS 62



- ▶ 全国特産品の購買意欲の促進を図るため、アンテナショップに関するウェブサイト上において、通信販売に関する情報を提供するほか、各ショップの所在を検索できる機能を付加するなど、閲覧者の利便性向上に配慮して掲載内容を充実させる。

海外プロモーションの展開

【現状と課題】

- 都は、アイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」を活用し、全世界に向けたプロモーションを行っている。また、都と民間事業者において「Tokyo Tokyo」をあしらったおみやげ商品を共同で開発するなど、旅行者受入の気運を醸成している。
- 都は、アジア圏のリピーター率の向上も含め訪都旅行者数の更なる拡大を図るため、2019年度から台湾・マレーシア・シンガポール・タイへ新たに観光レップを設置している。現在、海外の15市場に展開しており、現地の特性やニーズを捉えた効果的な観光PRを行っている。

- 新型コロナの影響によりインバウンド需要が大幅に減少している中、東京への関心を繋ぎ止めるため、「新しい日常」の視点を踏まえたコンテンツを作成した。CM放映やウェブメディアにおけるオンライン広告を通じて、東京が様々な場面で感染拡大防止の徹底に努め、収束後には再び海外からの旅行者を迎える準備をしていることを全世界へ発信している。
- 東京2020大会は、世界の注目が東京に集まる機会であるため、様々な媒体を活用して大会の様子や会場周辺の魅力など「大会期間中の東京の姿」を集中的にPRした。
- 各国では、コロナ禍においても、海外旅行の意欲が高い層に対し、観光プロモーションが積極的に展開されている。海外からの訪日旅行への意欲は依然として高く、東京としても各国との誘客競争に後れを取ることなく、入国制限解除後の円滑な需要回復に繋げていくための情報発信が重要である。
- 海外の多くの市場において、訪都需要の早期回復が見込まれる旅行者として、若年層（ミレニアル・Z世代）、マス富裕層、リピーター層が挙げられる。このため、入国制限等の緩和の見通しが立ち次第、これらの層をターゲットとしたプロモーションを展開していくことが効果的である。
- 近年は個人手配による旅行（FIT旅行）需要が高い傾向にあったが、コロナ禍以後は、旅行地での安心・安全等を求め、旅行会社や上級サービス（ホテル・クレジットカード会社）等を介した予約を検討する層も増えている。このため、訪都旅行商品の造成に繋がるよう、海外旅行事業者に対するアプローチを強化することが必要である。

【具体的な取組】

- ▶ 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する。

アイコン展開例

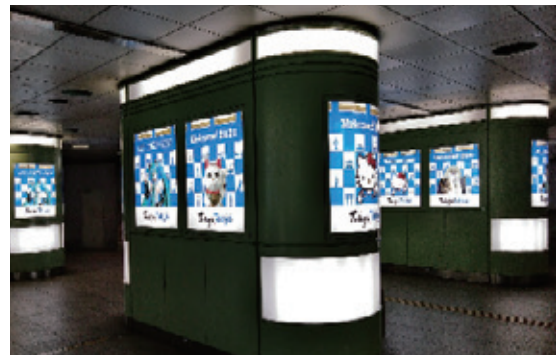
<アイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」>

Tokyo Tokyo Old meets New

街中での展開



駅構内での展開



「東京おみやげ」の販売



空港国際線到着フロアにおけるマスク着用等の感染対策の啓発



- ▶ 成果指標 KPI を用いて、海外 22 市場における施策の効果測定や、各市場の動向、旅行者の行動特性、興味・関心などを把握し、プロモーション戦略に活かすとともに、より効果的な施策展開に繋げる。
- ▶ 海外市場や旅行者の特性を踏まえ、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る。

- ▶ 海外の市場に設置している観光レップを通じて、現地のメディア、旅行事業者、一般市民向けに東京の最新情報を発信する。また、国内では現地で収集した旅行ニーズなどの情報をオンラインも活用したセミナーを通じて都内旅行事業者へ情報提供するなど、将来の訪都旅行の促進を図っていく。
- ▶ 多様化する旅行者のニーズに対応するため、海外のトラベル誌やビジネス誌等を通じて、ブレジャー、ガストロノミー・ツーリズムのほか、グリーンツーリズムやアクセシブル・ツーリズムなど都の施策と関連したテーマに沿った観光情報を発信する。

ガストロノミー・ツーリズムのPR



世界におけるプレゼンスの一層の向上

【現状と課題】

- 東京を舞台とした映画やテレビドラマの人気は高く、ロケ撮影のニーズも多い。さらには、光や音による優れた演出効果を持つプロジェクションマッピングなど、東京には国内外からの集客が見込めるコンテンツが多数存在する。
- 都はこれまで、東京における映画やテレビドラマ等のロケ撮影の円滑化を図ることで、映像作品を通じて東京の魅力を国内外に発信している。
- また、国際的なアニメーション映画祭において、高いクオリティとオリジナリティを持つアニメーション作品を世界中から募集し、ノミネート作品の上映等を行うことで、観光客の誘致に繋げている。
- さらに、国際映画製作者連盟の公認する我が国唯一の東京国際映画祭のコンペティションやショートショート フィルムフェスティバル アジアの共催を通して明日の映画界を担う新しい才能の発掘のための支援をしている。
- 東京の国際的なプレゼンスをさらに向上するためには、こうした外国人旅行者を惹きつけるコンテンツを観光資源として活用し、旅行者の誘致につなげることが重要である。

【具体的な取組】

- ▶ ショートショート フィルムフェスティバル アジアの開催を機に、先進的な都市の姿や持続可能な都市の姿を映し出す短編映画を製作・上映し、東京の多彩な魅力の一つとして国内外に発信する。
- ▶ 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する。

- ▶ 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る。



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

東京2020大会に向けて進めてきた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引き続き行う。また、あらゆる旅行者が快適に滞在できるよう、宿泊施設等のバリアフリー化やアクセシブル・ツーリズムを推進していく。

- ▶ インバウンド向け受入環境の整備
- ▶ アクセシブル・ツーリズムの推進

インバウンド向け受入環境の整備

【現状と課題】

- 外国人旅行者の受入環境の整備については、東京2020大会を見据え、「外国人旅行者の受入環境整備方針（2014年12月）」を策定し、これまで「多言語対応の改善・強化」、「情報通信技術の活用」、「国際観光都市としての標準的なサービスの導入」、「多様な文化や習慣に配慮した対応」及び「安全・安心の確保」という5つの視点を掲げて都と区市町村、民間事業者が一体となって着実に取り組んできた。
- その結果、Wi-Fiやデジタルサイネージなどの観光案内インフラについては、同方針で定めた外国人旅行者が多く訪れる10地域では、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た（実績は第5章を参照）。また、訪都外国人の満足度も向上しており、概ね外国人旅行者が様々な場面において快適に過ごせる環境を整備することができている。
- 今後も訪都外国人旅行者の満足度向上を図るため、引き続き、多言語対応及び多様な文化・習慣等への対応力を高めるための事業者支援を行う。また、区市町村による観光インフラの整備を支援していくことが必要である。

【具体的な取組】

- ▶ 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の整備を支援する。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する。

▶ 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、宿泊施設や小売店、飲食店、タクシー事業者を対象に、24時間対応の多言語コールセンターサービスを提供する。また、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する。

多言語メニュー作成支援ウェブサイト (EAT 東京)



▶ 外国人旅行者受入れに係るサービスの向上を促進するため、接客・接遇や集客・マーケティングなど基本的事項の普及啓発を行う。また、観光関連事業者のプロモーションや多言語対応等の取組を支援する。

▶ ムスリム等多様な文化・習慣を持つ外国人旅行者の受入環境整備を促進するため、必要な知識・ノウハウなどを情報提供するとともに、専門家を派遣することで、事業者の飲食メニュー開発等を支援する。また、受入環境整備に取り組んでいる観光客対応施設等を紹介したパンフレットを作成する。

▶ 国内外からの問い合わせに対し、観光案内コンシェルジュが行うビデオ通話やチャットによるオンライン観光案内のさらなる利用促進や、観光案内の主な問い合わせ内容を記録したデータベースの活用など、東京観光情報センターの観光案内を強化する。

オンライン観光案内 (イメージ)



アクセシブル・ツーリズムの推進

【現状と課題】

- 都は、障害者や高齢者等が安心して都内観光を楽しめる環境を整備するため、様々な取組を行ってきた。
- 「東京都建築物バリアフリー条例」の改正(2019年9月施行)により、「高齢者、障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律(バリアフリー法)」による宿泊施設における「車いす使用者用客室」の設置の義務付けに加え、車いす使用者用以外の「一般客室」について、国内で初めて整備基準を条例化した。
- あわせて、宿泊事業者に対しては、アドバイザーを派遣するとともに、施設の段差解消や手すりの設置、備品購入によるバリアフリー化を支援してきた。また、観光バス事業者に対しては、リフト付き観光バスの導入支援も行ってきた。
- 今後、多くの旅行者が東京を訪れることができるよう、誰もが利用しやすい宿泊施設の整備が求められている。また、宿泊施設のバリアフリー化に関する情報提供の一層の強化、普及啓発などを行っていく必要がある。

- さらには、アクセシブル・ツーリズムの充実に向け、障害者や高齢者等に配慮した旅行商品の造成に向けた支援や都民、観光関連事業者、区市町村等への普及啓発や気運醸成などが重要となっている。
- 障害者や高齢者等に満足度の高い都内観光を提供するためには、観光関連事業者の接遇サービスの更なる向上を図っていくことも必要である。

【具体的な取組】

- ▶ 車いす利用者だけでなく、視覚や聴覚などに障害のある方や高齢者等にも配慮した客室を整備するため、手すり等の備品等の整備を支援し、都内宿泊施設のバリアフリー化を推進していく。
- ▶ 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る。
- ▶ 施設のバリアフリー化や接遇サービス等の向上に取り組む宿泊施設、飲食店、小売店などの観光関連事業者に対して、サービス改善の効果や具体的なノウハウを紹介するセミナーを開催する。
- ▶ アクセシブル・ツーリズムの気運を広く醸成するため、都民、都内観光関連事業者、都内の自治体・観光協会等を対象としたシンポジウムを開催する。また、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る。

東京都アクセシブル・ツーリズムポータルサイト



東京観光バリアフリー情報ガイド ウェブサイト



- ▶ 障害者や高齢者、外国人旅行者等が積極的に外出し快適に旅行を楽しむことができるよう、道案内や配慮の仕方などを掲載した携帯版ハンドブックを改訂し、都民のおもてなしの心の醸成を図る。
- ▶ 障害者や高齢者等を含む誰もが、ドローンを利用してリアルな観光をリモートで楽しむことができるコンテンツを創出する。