

# 東京都観光産業振興実行プランの 改定について

令和3年6月22日

# 1. 令和3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、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、「ともにつくる新しい観光」として意見を取りまとめ
- 今年度は「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン」の改定に向け議論
- 次期プランの計画期間は、2022～2023年度の2年間を想定  
(UNWTOの予測によると、国際旅行者の回復時期は、2023年6月～2024年末となる見込み)

## 有識者会議での議論の視点

### 「サステナブル・リカバリーの実現に向けた観光施策の展開」

- 視点① 段階的な誘客及び観光関連事業者の経営力強化による観光産業の活性化
- 視点② 感染症を契機とした社会変化や旅行者意識の変化に対応した「新しい観光」の創出
- 視点③ 都民生活や地域社会の豊かさにつながる持続可能な観光の推進

## プラン改定のスケジュール

5月	有識者会議における議論（6～10月）	12月	12～1月	2月
観光事業 審議会 (第1回)	<b>第1回（6月22日）</b> 第2回（8月下旬） 第3回（10月下旬）	中間のまとめ 公表	観光事業 審議会 (第2回)	次期プラン 最終版
	テーマ・プレゼン に関する議論 中間のまとめ（案）		パブリックコメント	公表

## 2-1. 「ともにつくる新しい観光」を踏まえた令和3年度の主な取組について

### ➤ 令和3年度は、昨年度の有識者会議からの提言を踏まえた新規事業を予算化

項目	「ともにつくる新しい観光」施策の方向性	令和3年度の主な取組
「新しい日常」への対応	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、業務実態に応じて対応を着実に進めることが必要	<b>新しい日常に対応した受入環境モデル発信事業【拡充】</b> 先進的な取組を行う事業者を支援するとともに、優良事例を収集しウェブサイトにて情報発信 新たに、優良事業者を講師とした都内観光事業者向けのオンラインセミナーを実施
新たなツーリズムの開発・観光需要の創出	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 国内外の旅行者を惹きつける伝統芸能やアートなど、日本文化を活用した誘客を推進することが重要	<b>滞在型旅行（ロングステイ）推進事業【新規】</b> 体験型コンテンツ開発など滞在型旅行に係る新たな取組を行う観光協会・観光事業者を支援 <b>Old meets New 日本文化を活用した観光振興支援事業【新規】</b> 東京の芸術・音楽・伝統芸能等の日本文化を活用した観光イベントや情報発信を支援
持続可能な観光の推進	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 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	<b>観光まちづくりサポート事業【新規】</b> 観光協会の課題解決に向けプロボノ人材（社会人ボランティア）を派遣 <b>持続可能な観光に向けた現況調査【新規】</b> 経済、文化、環境等のバランスのとれた持続可能な観光を推進していくため、都の現状や各種指標等の現況を把握

## 2-1. 「ともにつくる新しい観光」を踏まえた令和3年度の主な取組について

項目	「ともにつくる新しい観光」施策の方向性	令和3年度の主な取組
観光産業におけるDXの浸透	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	<p><b>先端技術による次世代受入環境モデル発信事業【新規】</b> エリア単位で受入環境の向上に資する新技術の実装を図る取組を支援</p> <p><b>観光行動データを活用したマーケティング等支援事業【新規】</b> デジタルマップを作成することにより観光行動データを取得し、観光事業者のマーケティングを支援</p>
経済波及効果に着目した誘致施策の展開	<p><b>富裕層の誘致</b>においては、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</p> <p><b>MICEの誘致</b>にあたっては、ハイブリッドでの開催は今後も継続が見込まれるため、<b>必要な設備導入やそれを支える人材の確保・育成</b>が不可欠</p>	<p><b>富裕層向け夜間・早朝コンテンツ開発支援【新規】</b> 夜間・早朝時間帯を活用する外国人富裕層向けコンテンツ開発を支援</p> <p><b>MICE受入環境整備支援【拡充】</b> オンライン会議設備の導入について、新たに別枠で助成上限額を設定</p> <p><b>MICE専門人材育成【拡充】</b> オンライン会議のノウハウ等をテーマにした講座を新設</p>
日本各地との連携	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	<p><b>東京と近隣県の魅力再発見【新規】</b> 近隣県と連携し、歴史や癒しなどをテーマとしたPR、旅行者参加型キャンペーンを実施</p>

# 3-1. 「東京都観光産業振興実行プラン2020」の主な実績について

現プランにおける数値目標に対する実績

## 訪都外国人旅行者

	実 績			数値目標		
	2018年	2019年	2020年	2020年	2024年	
訪都外国人旅行者数	1,424万人	1,518万人	252万人	2,500万人	3,000万人	
市場別目標	欧米豪	274万人	317万人	- (※1)	500万人	-
	東アジア	852万人	869万人	- (※1)	1,550万人	-
	東南アジア+インド	201万人	223万人	- (※1)	370万人	-
外国人リピーター数	729万人	856万人	- (※2)	1,500万人	1,800万人	
訪都外国人消費額	1兆1,967億円	1兆2,645億円	2,068億円	2兆7,000億円	-	

※1 市場別の訪都外国人旅行者数（2020年）は、国土交通省が2021年度中に公表するデータを活用して推計  
 ※2 新型コロナウイルス感染症により2020年4月以降調査を中止

## 訪都国内旅行者

	実 績			数値目標	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2024年
訪都国内旅行者数	5億3,650万人	5億4,316万人	3億3,705万人	6億人	-
訪都国内旅行者消費額	4兆8,394億円	4兆7,756億円	2兆7,168億円	6兆円	-

<参考>

「未来の東京」戦略（令和3年3月）における2030年に向けた政策目標



「未来の東京」戦略

～渋沢・後藤の精神を受け継ぎ、新たな地平を切り拓く～

	実 績	政策目標
	2019年	2030年
訪都外国人旅行者数	1,518万人	3,000万人超
訪都外国人旅行者消費額	1兆2,645億円	2.7兆円
訪都国内旅行者消費額	4兆7,756億円	6兆円
年間国際会議開催件数の順位	6位	3位

## 3-2. 「東京都観光産業振興実行プラン2020」の主な実績について

- 都はこれまで、観光実行プランに基づき、受入環境の整備や地域の観光資源の開発、旅行者誘致等について、メリハリのある施策展開により取組を加速

※ 数値は2019～2020年度の実績

### 受入環境の整備

#### 観光案内インフラの整備

- 観光案内標識

新規：239基（累計554基）  
更新：188基（累計830基）



- 無料Wi-Fi

245か所（累計757か所）

- 観光事業者の無線LAN導入への支援

- 災害時における観光案内インフラ等の活用

デジタルサイネージや「GO TOKYO」の災害時対応の機能強化



- 東京の特産品販売店「TOKYO GIFTS 62」を開設

#### 多言語・多文化への対応

- 多言語コールセンターの運営

対応言語：12言語（+ 9言語）

- 宿泊施設・飲食店・小売店（免税店）への多言語対応支援

82件（累計211件）

- 「EAT東京」(\*)の運営

573店舗（累計2,476店舗）

(\*) 多言語メニューを簡単に作成・公開できるウェブサイト

- ムスリム等多様な文化・習慣に関する受入環境整備

セミナー・専門家派遣実施、旅行者向けパンフ・特設HPを作成

#### バリアフリー

- 宿泊施設のバリアフリー化支援

45施設



- リフト付き観光バス導入支援

21台（累計79台）



- アクセシブル・ツーリズムポータルサイトの開設

## 3-3. 「東京都観光産業振興実行プラン2020」の主な実績について

### 観光資源の開発・発信

#### 地域の観光資源の開発

- ▶ 観光協会や民間企業等の連携による地域の観光資源の発掘や磨き上げなどへの支援



<岩蔵温泉での文化等の体験イベント・周遊ツアー>



<檜原村のじゃがいもを使ったお菓子の開発>

- ▶ 地域の街歩きツアー開発を支援

日本語ツアー35件、英語ツアー12件（2019年度）  
オンラインツアー18件（2020年度）



- ▶ 多摩・島しょ地域における取組

- ・新たな観光資源の開発・実施に対する支援  
支援例：ツリーハウス型宿泊施設やトレーラーハウスを活用した宿泊施設の開設
- ・V R映像体験を活用した情報発信

#### コンテンツを活用した誘客促進

- ▶ アニメを活用した観光振興を行う区市町村や観光協会への支援  
27件（累計60件）

- ▶ デザインマンホール蓋製作等の支援  
延べ34自治体・205枚



<足立区の「はじめの一步」>  
©GEORGE MORIKAWA



<小笠原村のザトウクジラをモチーフにしたデザイン>

### 観光人材の育成

- ▶ 大学と連携した観光経営人材育成講座の実施

受講者数589人（累計704人）

- ▶ 通訳ガイドスキルアップ研修の実施

受講者数80人（累計119人）

- ▶ 地域通訳案内士認定研修・フォローアップ研修の実施

認定研修：受講者数88人（累計221人）

フォローアップ研修：受講者数14人（累計44人）

## 3-4. 「東京都観光産業振興実行プラン2020」の主な実績について

### MICE誘致・プロモーション

#### ▶ 訪問営業（ロードショー等）の実施・海外見本市への出展

- ・訪問営業 計5回（うちオンライン3回）
- ・見本市出展 計3回（うちオンライン1回）

#### ▶ ユニークベニューの活用促進

- ・ショーケースイベント 3回
- ・ワンストップ窓口の運営 相談件数527件（累計713件）

#### ▶ 都市間連携による共同プロモーション 7都市

#### ▶ MICE受入施設の機能強化に対する支援 7施設



<UV活用例：浜離宮>



<映像投影設備の支援例>

#### ▶ MICE拠点の育成

浜松町・竹芝・芝浦エリアと渋谷エリアを選定（累計9団体）

#### ▶ MICE専門人材育成講座の実施 受講者数346人（累計704人）

#### ▶ 「東京おみやげ」の開発・販売

30事業者44品目（累計38事業者60品目）



#### ▶ 旅行博への出展・旅行事業者向けセミナーの実施

- ・旅行博出展 計26回（うちオンライン8回）
- ・旅行事業者向けセミナー 計40回（うちオンライン19回）

### 日本各地との連携

#### ▶ 日本各地と連携した旅行者誘致

- ・東京と各地との観光ルートを設定し、共同プロモーションを実施（東北、中国・四国、九州、北陸地方、大阪、新潟県、和歌山県）
- ・世界自然遺産を有する4道県と商談会やWebによるPRを実施



<東京と各地の絶景スポットをPRする動画>



<世界自然遺産を有する4道県との商談会>

#### ▶ 全国観光PRコーナーでの日本各地の魅力発信

利用団体 45団体（2019年度）  
7団体（2020年度）

※感染症の影響により時短営業や休業期間あり



#### ▶ 都内アンテナショップのスタンプラリー開催

参加店舗 63店舗（2019年度）  
66店舗（2020年度）※オンライン開催





## 4-1. 事例の紹介（持続可能な観光の推進・住民の理解促進）

### ▶ 海外では、SNSを活用したマナー啓発活動や、市民への動画によるPR等を通じて観光客の受入れに対する住民の理解を促進

#### 【オランダ アムステルダム】

#### SNSによるマナー啓発情報及び罰金を含むルールの周知

アムステルダム・マーケティングは、2018年5月31日から、“Enjoy & Respect”キャンペーンを実施。路上での飲酒や悪ふざけ、大声で歌うことなど許容されないことに罰金を科すルールを定め、SNSによる注意喚起を促している。



路上での飲酒や悪ふざけに95ユーロが課されるルールの注意喚起



ゴミのポイ捨てに140ユーロが課されるルールの注意喚起

<アムステルダム&パートナーズ> Enjoy & Respect campaign in Amsterdam

#### 【アメリカ シンシナティ】

#### 観光の貢献度について、市民に対して分かりやすい動画でPR

国内外の観光客による消費額や観光による雇用創出効果など、観光の貢献度について分かりやすい動画でPRしている。



国内外の観光客が市で44億ドルを消費していることをPR



観光が74,000人の雇用を創出していることをPR

<シンシナティUSAコンベンション&ビジターズビューロー>  
Economic Impact of Tourism & Conventions to Cincinnati USA

#### 【ドイツ ベルリン】

#### 市民が観光客の立場で宿泊等を体験する機会を提供し、市民の観光への参画意識及び受容意識を醸成

官民連携により、特定の日にホテルの宿泊、食事、イベント等をパッケージにして安価でサービスを提供。住民が観光客の立場で実際にサービスを体験し、改善点等の意見を出すことで、市民の観光への参画意識及び受容意識を醸成している。



<ビジットベルリン>  
Erlebe Deine Stadt!

## 4-2. 事例の紹介（デジタル技術を活用したコンテンツ開発）

### ➤ 急速なデジタル化など感染症を契機とした社会変化を踏まえ、オンラインツアーやXRを活用したコンテンツが広く普及

#### オンラインツアー

##### 【まいまい京都】

京都の住民がガイドする、京都のミニツアーの開催に加え、コロナ禍でのオンラインツアーによる集客に成功

京都・二条城を舞台にした通常立ち入り禁止のエリアをライブ配信するなど、オンラインだからこそこのツアーを企画



©京都市元離宮二条城事務所

##### 【都の取組】

観光協会や観光事業者によるオンラインツアーを支援

・観光協会と連携し、歴史や文化、自然などをテーマに都内のおすすめスポットをWeb上で案内するツアーを開催

・観光事業者が企画する、VR等の新技術を活用したオンラインツアーを支援



地元のガイドと巡る両国相撲ツアー



東京の歴史・都市・文化を学ぶ「東京社会科見学VR」

<エーベックスインターナショナル株式会社HP>

#### VR・ARの活用

##### 【地域周遊を促すためのVR活用：山口県下関市】

下関市が有する歴史スポットを生かし、地域内の周遊や消費効果創出を目的に、歴史を紹介する「下関歴史VR探検マップ」を造成

VR体験を通して、下関の歴史的ストーリーを体感でき、VR体験後に各観光地への実際の訪問意欲を喚起



<しものせき楽しい旅のコンシェルジュ楽しも！>

##### 【新たな視覚体験による歴史探訪：愛媛県今治市】

今治城天守展望台から、スマートフォンでAR（拡張現実）を楽しめる「今治城AR」アプリケーションを制作

今治城天守展望台から見た江戸時代の今治城下の風景を360度見渡すことができるアプリを開発。今治城に関する史跡の写真や説明も閲覧することができる。



<今治市HP>

## 5-1. 観光事業審議会（令和3年5月21日開催）における主な意見

### 受入環境整備・バリアフリー化

- インバウンドの方が**災害時に安心して対応**することができる受入体制づくりが必要
- 観光の入口となる**羽田空港とその周辺の整備**にも力をいれるべき
- コロナ禍において活動ができない**ボランティアガイドを支える仕組み**づくり、支援づくりが必要
- ユニバーサルルームも含め、**ホテルのバリアフリー対応**について、増加率などの検証が必要
- 高齢化がさらに進展するため、**リフト付観光バス導入**の後押しが必要

### デジタル技術の活用

- デジタル技術を活用し、アプリ等で**完全予約制や混雑状況**が見える仕組みを作ると同時に、付加価値を上げるコンテンツ作りが必要
- **オンライン観光**の推進等について、ITスキルの習得を支援する**専門家派遣**など、補助金以外での支援も必要
- **オンライン観光**は、リアルの代替としてだけでなく、中小・零細事業者にとっても新たな活躍の場になるため、ポストコロナにおいても続けるべき

### MICE誘致・プロモーション

- MICEの**オンライン化**は、会場の投資等を含めて**行政の支援**が必要
- 近隣諸国の渡航は先に回復すると見通されており、アジアの連携を強め、その間にも**東京の魅力**を継続的に発信し、MICEの振興に取り組むことが必要
- 先に需要が回復する**アジアを中心に**プロモーションを実施していくことは必須
- **安心・安全で衛生的な都市だ**というアピールが重要
- 渡航制限解除後に日本を選択してもらえるよう、興味、関心を維持するための**情報発信の継続**が必要
- **B to B**のビジネスの情報発信等については、**C向けよりもいち早く**行うことでV字回復につなげられるのではないかと

### 国内観光振興

- 国内からの誘客に加え、**都民**の都内旅行、特に**都内宿泊旅行**を促進する施策が必要
- 首都圏に加えて、首都圏近郊や地域の魅力を発信して、**人流を分散**させることで、観光のキャパシティを底上げすべき
- 国内誘客にあたっては、**高齢者のニーズ**を把握し、それを反映していくことが重要

## 5-2. 観光事業審議会（令和3年5月21日開催）における主な意見

### 観光資源の開発

- ▶ 観光コンテンツの商品化や単価を上げる取組等への**継続的なハンズオン支援**が必要
- ▶ 都内にはたくさんの観光資源があり、**自治体、市民、都民**が、ウィズコロナの時期にしっかりと**発見**していくべき
- ▶ 公園などの**オープンエア**な場所を活用し、ウェルネスの観点からコンテンツ開発すべき

### 多摩・島しょの観光振興

- ▶ 多摩地区への交通網の整備等、**多摩エリアの受入体制**をしっかりと強化していくべき
- ▶ 島しょの観光について、**長期滞在化やリピーターの確保**など、**量の観光から質の観光への転換**が必要
- ▶ ニューノーマル時代だと自然、アウトドア、ウェルネスが大きなコンテンツの魅力になる。**多摩エリアと都市の魅力の組み合わせ**や、**周辺県との連携**も必要

### 持続可能な観光の推進

- ▶ 老舗やのれんなど、歴史的・文化的な観光資源がコロナにより失われてしまうという**危機意識**を都民と共有することが重要
- ▶ 東京で消費したものの一部が、**サステナブルのための寄付**に回るような施策や仕組みがあってもよいのではないか
- ▶ 迎える側も、ウェルカムマインドを持って観光客を迎える、**地域も環境も観光を通じて発展**していく、という新たな関係作りを都が率先すべき
- ▶ **観光客のモラルを維持**するための啓発事業についても次期プランに組み込むべき
- ▶ 訪日観光客の満足度向上には、事業者を中心に取り組んできたが、**都民の理解や参加が重要**

### 観光関連事業者への支援

- ▶ コロナ禍でダメージを受けている**観光事業者の実態分析**が必要
- ▶ **ショッピング**について、免税店支援等だけでなく、**特区等の活用**も検討すべき