

東京の観光復活に向けた産業・地域振興に関する重点要望

2022年7月14日

東京商工会議所

新型コロナウイルスに関して、依然として予断を許さない状況ではあるものの、本年3月末の「まん延防止等重点措置」全面解除に続き、6月1日からの入国者数制限の緩和や、6月10日からの外国人観光客の受け入れ再開、新型コロナウイルス感染状況の警戒度引き下げなど、都内観光関連産業にとって、明るい兆しが見えてきている。こうした動きの中で、今後、国内外の人の往来は、活発化することが予想され、東京商工会議所としても、東京都と連携して、このムーブメントを捉えて、都内観光関連産業の復活・さらなる発展に向けて、尽力していきたいと考えている。

ここ最近、人の往来の活発化以外にも、東京・我が国の観光振興にとって、明るいニュースがいくつか発表されている。本年5月に、世界経済フォーラムが発表した「2021年旅行・観光開発指数」によると、交通インフラや文化、自然資源の分野が高く評価され、日本が初めて世界1位に選ばれた。また、昨年10月に米国の大手旅行雑誌が発表した読者投票「Reader's Choice Awards」の「世界で最も魅力的な都市のランキング」において、米国版では2年ぶり、英国版では初めて東京が第1位に選出された。パンデミックを経験したことによる安全・安心な旅行に対する世界的な需要の高まりや、東京2020大会の会期中に各国メディアがわが国・東京を取り上げたことなどにより、世界からの注目度が以前にも増して高まっている。また、円安の進行や、他国に比べ安定した日本の消費者物価は、訪日旅行者にとって日本への旅行のし易さという魅力となっており、観光復活に向けた大きな追い風となっている。

加えて、本年9月には「ツーリズムEXPOジャパン 2022」が東京で開催され、3年後には「2025年日本国際博覧会（略称「大阪・関西万博」）」が控えている。これら重要イベントの開催をメルクマールとして、わが国の観光は需要回復期を迎えることが見込まれる。とりわけ、「大阪・関西万博」については、国の目標である「2030年に、訪日外国人6,000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円」を確実なものとするための重要なステップとしての役割が期待されるため、東京都は、早急に訪都旅行需要の喚起に向けた施策の推進や受入体制の整備・強化に向けた具体的なプランを示し、実行されたい。

その際、関西エリアに限定するのではなく、わが国のゲートウェイである首都・東京を核とした広域な交流創造（都市型観光の戦略的な促進）が不可欠であり、東京都は、東京と多様な魅力や資源を有する各地域の自治体・観光団体との連携をさらに深め、共存する社会の構築を図られたい。

また、ツーリズム産業の自律的かつ持続的発展のため、世界的な「サステナブル・ツーリズム」への関心の高まりを踏まえつつ、地域の文化や自然環境に対する理解・配慮、旅

行者と地域社会・住民との調和・理解の促進、シビックプライド（郷土愛）醸成と観光人材の育成等、「レスポンスブル・ツーリズム（責任ある観光）」の推進に、官民を挙げて取り組むことが求められる。加えて、東京都の調査によると、宿泊・飲食サービス業等の観光関連産業において就業者数の減少が顕著であり、訪都旅行者の急速な需要回復に備えた人手不足の解消と観光人材の育成が急務である。

そして、Withコロナにおける域内観光需要喚起のために、東京都は、旅行消費拡大に向けた効果的な施策の実施・運用を行い、継続的に安全・安心な東京の情報発信に取り組まれるとともに、国に対しては、外国人観光客の入国制限緩和を働きかけられたい。さらに、コロナ禍により打撃を受けている企業に対しては、資金繰りおよび雇用維持など、事業継続に向けた適切な支援を継続することが肝要である。

ポストコロナを見据えた中長期的な展望を持ちつつ、コロナ禍が収束するまでの間、足元では社会経済活動を停止させることなく、感染拡大防止と社会経済活動との両立を図りながら、迅速かつ効果的な施策を実行することが重要である。

今般、東京商工会議所では、東京の観光復活に向けて懸命に取り組む企業等の声を踏まえ、本要望を取りまとめた。東京都においては、こうした諸課題の解決に向けた施策の改善および「将来に希望を持てるロードマップ」を早急に示すと共に、課題克服に向け官民が一致団結して取り組むことにより、「世界一の観光都市・東京」を実現していくことを強く望む。当商工会議所としても、東京都、23区（特別区）等の自治体、国との緊密な連携のもと、地域・事業者の取組に対して全力を挙げて支援していく所存である。

1. 東京と地方との連携による交流創造（都市型観光のさらなる促進）

（1）関東圏および全国の自治体・観光団体との連携推進

東京には芸術・音楽や、伝統芸能・工芸、神社仏閣、歴史的建造物等の江戸・日本文化と四季折々の自然など観光資源が多数存在している。東京都はこの資源を生かした観光推進の取組を行っており、さらには自然志向・健康志向等、コロナ禍により加速した観光トレンドの変化を捉え、アドベンチャーツーリズムの推進も強化している。

一方で、世界的なツーリズムの潮流においては、訪問先の人々との交流や、都市のさまざまな魅力を体験する「都市型観光」が浸透してきている。例えば、フランスへの旅行では、パリに長期滞在し、都市の文化等を体験する観光に加え、そこを拠点にモンサンミッシェルやロワール渓谷などフランス国内の各観光地を周遊するような旅行スタイルが定着している。

東京都においても、関東圏および全国の自治体等と連携し、東京に長期滞在しながら、地方への多種多様な周遊ルートを開拓するなど「東京を核とした都市型観光」を推進することにより、観光客の多様なニーズを捉えていくことが必要である。その推進にあたって

は、関東圏をはじめとして各自治体等と都市型観光の意義や目標を共有するとともに、相互に観光資源の魅力度を高め、国内外に対して協力して積極的な発信を行うことが重要である。

本年には「ツーリズム EXPO ジャパン 2022」の東京開催、2025年には「大阪・関西万博」が開催され、東京都を日本のゲートウェイとして今後ますます多く国内外から観光客が訪れることが予想される。こうしたチャンスを最大限に活かすため、東京都は、積極的に旗振り役を担い、関東圏および全国の自治体・観光団体との連携を強力に推進され、東京および各地域とのWin-Winの関係を構築されたい。そのためには、行政や団体の単位を越えた観光圏一体での情報発信や都内外での旅行客の分散促進が有効である。この取組を促進することで、観光地としての東京の魅力がさらに高まることはもとより、オーバーツーリズムの解消も期待される。

コロナ以前、一部地域では訪日外国人の増加により、オーバーツーリズムが発生していたが、コロナ収束後に再び特定地域へ観光客が集中する可能性が高い。今後に備えて、「都市型観光」の推進により観光客の分散化などの受入環境を整備し、持続可能な観光地域づくりを進めることが求められる。

（２）ビジネス需要取込みによる訪都旅行促進

①首都・東京のプレゼンス向上に向けたM I C Eの受入環境整備と誘致促進

世界的なパンデミック発生下においても、諸外国では数年先の開催に向けたM I C Eのコンペティションに積極的に取り組んできており、東京都でも海外競合他都市との競争力を強化するため、2022 年度から 3 年間を「重点措置期間」として助成率等を拡充した。また、開催形態の変化を踏まえたオンライン併用のハイブリッド型会議の開催経費の助成やM I C E誘致・開催に係る人材育成強化に伴うプログラムへの参加・受講の支援・M I C E関連資格の取得に係る費用に対する助成など、支援内容を大幅に充実させた。このような東京都の取組は大変重要であると考えている。併せて、東京都は、国際的なM I C Eの本格的な回復までの間、比較的早期に再開が見込まれる国内M I C Eの開催についても、誘致・開催助成等の支援を図られたい。

また、現在、ワクチン接種の進展や、国際的な往来再開の動き等を受け、リアル開催によるM I C E再開の動きを見せており、こうした状況を受けて国は、本年4月に「安全なM I C Eの再開と発展に向けた関係者協議会」を開催し、M I C E再開に向けた今後の取組の方向性を示した。この中で国は、感染症をめぐる状況変化に適宜対応し、安全性の確保に留意しながら、M I C E再開に向けた情報発信を行うとしている。東京都においては、国・自治体・業界団体が作成したM I C E開催に関するガイドラインの周知と感染防止対策徹底の啓発に一層努めるとともに、東京の感染拡大防止対策の取組や都市の安全性・清潔さを客観的データに基づき積極的に発信し、国際競争力のさらなる強化を図られたい。

加えて、今後のM I C Eの誘致においては、環境に配慮した「サステナブルな会議」が

国際的に重視されていることから、国際認証取得（「SAFEGUARD」「GBAC STAR」等）の奨励や国際基準に準ずる国内基準の策定などの取組を進めることが必要である。

さらには、地域経済への波及効果やビジネス・イノベーション機会の創出、国や都市のブランド力・国際競争力向上等、MICE開催の意義や「レガシー効果」についても、一層の情報発信を行うことが肝要である。観光庁の推計によれば、2019年に国際MICEがわが国にもたらした経済効果（総消費額）は9,229億円となり、同年の京都市における日本人旅行客による消費額9,049億円を上回る規模に達していた。東京都は、MICE誘致開催が地域経済に広く裨益することについて、社会的理解を得られるよう積極的な周知を図られたい。

②ユニークベニユーのさらなる活用促進・情報発信

MICE誘致において、レセプションやアフターコンベンション等の魅力を向上させ、参加者の満足度を高める「特別感」の演出が、開催地決定の重要な要素となっている。特別感を演出するために、ユニークベニユーの活用はきわめて効果的であり、その充実が求められる。東京都は2016年以降、MICEの会議やレセプション等の会場として、都内の美術館や庭園など特別感を演出できる施設をPRするためのパンフレットの作成や特設ウェブサイトを開設し、プロモーションを行っている。しかしながら、東京都では、歴史的建築物や300名を超える人数を収容できる大規模なユニークベニユーが少なく、より一層のユニークベニユーの拡充が求められる。海外では、ロンドンの大英図書館、パリのヴェルサイユ宮殿など、その国を象徴するような名所が300名を超える規模が収容できるユニークベニユーとして用いられている。

ユニークベニユーのさらなる活用促進に向けては、国や観光団体と連携しながら、東京でのMICE開催に影響力のある在京大使館等の国際機関や企業などを対象とした、ユニークベニユーの周知、公表により一層取り組むとともに、ユニークベニユーの施設数増加に取り組まれない。その際、民間事業者がそれらを積極的に活用できるよう、消防法や文化財保護法など各種規制の緩和等について、国へ働きかけを行う等により、活用促進を図られたい。

③ブレジャー、ワーケーション、二地域居住の推進

民間調査機関が実施した「2021年度国内・海外出張旅費に関する調査」によると、回答企業の約8割が「国内出張が減っている」と回答しており、出張需要減少に伴う宿泊業をはじめとした地域経済への影響は深刻である。また、交通事業者へのヒアリングから、旅行需要と比較して出張需要の回復は鈍いことがうかがえる。

このため、東京都においては、新たなビジネス需要取り込みの一環として、都内におけるブレジャー・ワーケーションを推進すべく、宿泊事業者等におけるワーケーション対応に必要な設備改修等、受入れ地域の環境整備の着実な支援を行われたい。その際、社員の

休暇取得促進に向け、企業への理解を促すなど、企業活動に配慮した上で導入・定着を支援すると共に、地方から東京へのロングステイ推進等、双方向での交流が促進されるよう、地方自治体等への働きかけも行われたい。

また、国が推進する「二地域居住」「交流居住」を東京都としても推進されたい。本政策に関して、本来の目的とされている都市部から地方への人の流れに留まらず、都市部とその居住地の地元住民との交流を通じた、地方から東京への観光や、東京と地方を周遊する新たな観光資源の開拓につながるよう、関係省庁および受入地域の自治体への働きかけ・連携促進を図られたい。

（３）文化・芸術・スポーツ等を核とした都内観光の促進

森記念財団が2021年11月に発表した「世界の都市総合力ランキング」において、東京はロンドン、ニューヨークに次ぐ3位となっている。一方で、「文化・交流」分野の向上が、今後の課題として挙げられる。

また、近年のトレンドとして、モノ消費からコト消費へと消費者の需要移行が加速している。東京都は、区市町村や観光協会等と連携して、コト消費需要に応える体験型・テーマ別観光のコンテンツ開発やツアー造成、スポーツイベントの開催・誘致等の他、伝統芸能や祭り・食に関するイベント開催等、地域に根差した多様なコンテンツ開発を支援し、街の賑わい創出、地域の活性化に向けた需要喚起を促進されたい。

とりわけ、欧米からの旅行者は日本の歴史や伝統・文化体験に対する期待が大きい。しかしながら、多様な文化、芸術の受け皿としての役割を担う民間文化施設では、コロナ禍において公演や展覧会が中止となる等、厳しい経営環境が続いており、その事業継続にあたり支援が必要である。東京都は、本格的なインバウンド再開を見据え、芸能・文化関連産業や古民家・歴史的建築物等、ソフト・ハード両面における歴史的資源の活用促進に関する支援を引き続き図られたい。

さらには、最新のデジタル技術の活用等により、わが国が誇る歴史的・文化的資源を国内外に広く発信していくことも必要である。

これからの観光においては、地域の生活に根差し、文化・芸術・スポーツ資源に触れる「異日常（異なる日常）」の機会創出が求められる。その際、伝統工芸士や職人などの技能伝承を進めるために、各自治体等と連携した人材の育成支援にも取り組まれない。

（４）公的空間を活用した観光拠点の整備と高付加価値化促進

①都立公園・都道の活用促進

公的空間の整備・活用は、地域の利便性や快適性を高めるだけでなく、旅行者と住民との交流、街の賑わい創出を促し、地域の魅力・価値向上に大いに寄与するものである。とりわけ、コロナ禍において公園や緑、オープンスペース等の利活用促進への期待が高まりつつある。

東京都は、設置管理許可期間延長や建ぺい率緩和等の規制緩和により、民間事業者等が公園の魅力向上に寄与する飲食店や売店等の施設の設置にあわせ、広場や園路等の公園施設を一体的に整備する「Park-PFI」の手法も活用する等、民間活力の導入により都立公園の多面的な活用を一層進められたい。

また、飲食店等のテイクアウト、テラス営業のための路上利用に関する道路占用許可基準の緩和については、本年 9 月 30 日まで時限的措置の期限が再延長されたことに加え、「歩行者利便増進道路（ほこみち）制度」が 2020 年 11 月に施行されるなど、施策の拡充が進んでいる。

東京都は、国や特別区等の自治体と連携の上、本施策のさらなる周知を図るとともに、切れ目のない活用促進に努められたい。また、道路占用システムの整備によりオンラインでの許可申請が可能となっていることから、国道だけでなく、都道、区道においてもワンストップでオンライン申請が可能となるよう、国に働きかけられたい。

②水辺を活用した観光拠点の整備

ウォーターフロント・ベイエリアは、憩いと賑わいの創出、都市景観向上の観点から、観光資源としてのポテンシャルは高い。東京 2020 大会においては、競技会場の多くがベイエリアに設置され、今後の観光資源としての活用が期待される。

前出の森記念財団が昨年 11 月に発表した「世界の都市総合力ランキング」では、東京は第 1 位のロンドンに比べて、文化・交流の評価で劣るとされている。。東京都においては、ベイエリアにおける文化・交流を促進し、その基盤となるスポーツ、ライブエンターテインメント施設、MICE 関連施設を整備することにより、憩いと賑わいを創出し、東京の観光の魅力を高めるための支援に取り組まれたい。

例えば、品川区天王洲では、地元企業や住民らによる町おこしをきっかけに、運河のある空間を前面に出したロケーションを整備した。地域の民間団体は、自社が運営する水上ホテルを活用して、フードマーケット、映画祭、船上ライブ、ナイトクルーズなど、様々な催し物を定期的に開催している。また、運河沿い建築物の壁面を利用した大型アート等を楽しめるイベントを開催するなど、地域が一体となり「水辺とアートの街」としてのブランディングが行われている。

また、ベイエリアへ観光客を集客するためには、ベイエリアの背骨となり、都心とベイエリアを結ぶ都心・臨海地下鉄の整備も不可欠である。現在、都心（東京駅周辺地域）と臨海副都心（晴海、有明、青海、お台場）の鉄道アクセスは脆弱であり、臨海地下鉄の整備は、都心と臨海部のアクセスが飛躍的に向上させるとともに、延伸により羽田空港へのアクセス向上も図ることができ、インバウンド需要の取り込みを促進することができる。東京の観光競争力の一層の向上のために、臨海地下鉄の整備に早期着手できるよう準備を進められたい。

さらに、河川については、近年、河川法の運用の弾力化によりオープン化が図られてい

るが、都内民間事業者への支援を図り、さらなる活用促進に取り組むことが求められる。また、複数の特別区を跨ぐ河川沿いの景観が統一されていないといった事業者からの声も聞かれているため、東京都として、各特別区と連携し、建築物やサイン・照明等の意匠・形態についてコンセプトを統一しながら、各地域の個性を表現する調和ある整備を行うことが求められる。東京都は、各特別区等と緊密に連携しながら、こうした観光拠点としての水辺活用に向けた一体的な河川空間の整備、親水護岸の歩道整備や川底等の環境整備を一層推進すると共に、都内における舟運の活性化に向けて、新たなルート開発に対する支援や手続きの簡素化も推進されたい。

2. ツーリズム産業の自律的かつ持続的发展

(1) レスポンシブル・ツーリズム（責任ある観光）の推進

①旅行者と地域社会・住民との調和・理解の促進

旅行者と業界、旅行者を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する「持続可能な観光」の実現に向けた取組が欧州各国を中心に進んでいる。そのような中で、地域住民や自然環境への悪影響を最小にしながら、観光産業の持続可能な発展を実現しようという取組である「レスポンシブル・ツーリズム（責任ある観光）」が注目されており、観光事業者だけでなく旅行者、地域住民も持続可能性を意識することが求められる。

コロナ禍以降、各地の観光振興においては、外国人を含む域外旅行者の受入れに対する地域、住民の不安を払拭し、理解を得る努力がこれまで以上に求められる。東京都は、地域住民に対する域外旅行者受入れ・ホスピタリティー向上・観光まちづくりへの積極的関与に関する理解促進と、域外の旅行者に対する地域資源保全や地域のルール・マナーに関する啓発のため、都内の各自治体や観光関連団体を中心とした地域の取組を後押しされたい。

②シビックプライド※（郷土愛）の醸成と観光人材の育成

東京の持続可能な観光を推進するうえで、都民に対して「シビックプライド（郷土愛）」（地元に対する理解を深め、“ふるさと”としての地域に愛着・誇りを持つこと）を醸成していくことが不可欠である。これは、裾野の広いツーリズム産業において、地域住民も含めた多様な主体がそれぞれの役割・責任を果たす「観光地域経営」の視点を理解することにも通じるものである。しかしながら、都内の多くの小中学生は、伝統芸能である能・歌舞伎や、江戸切子等の「東京都指定伝統工芸」・一部の特別区で制度化されているマイスター制度などの江戸の伝統工芸に触れる機会が少なく、地元の文化・歴史などの観光資源に対する理解や知識が不足している。

東京都は、国や区市町村、都内の学校、都内観光関連事業者等と連携を図り、都民、とりわけ次代を担う子どもたちに対して、こうしたわが国固有の伝統芸能・工芸等や地域の

観光資源への理解を深める「文化教育」「観光教育」の普及に取り組まれない。江戸東京の伝統文化・芸能、観光の意義や持続可能な社会について、子どもの頃から学ぶ機会を得ることにより、都民の「シビックプライド」が醸成され、観光人材の育成にもつながることが期待される。なお、当商工会議所においても、都立高校生向けの出前授業等を通して、ツーリズム産業や地元を考える機会を提供していく所存である。

※「シビックプライド」は㈱読売広告社の登録商標

（２）訪都旅行拡大に向けた人材確保・育成支援

新型コロナウイルスの水際対策の緩和や県民割の拡大に伴い、段階的な旅行需要回復が見込まれている。特に、わが国は世界の旅行者から高い支持を得ていることから、インバウンド旅行客の増加が期待されるが、訪都外国人受入のために求められる語学力、日本の文化・歴史・伝統についての教養、顧客の要望に対応できる準備と想像力など、観光関連産業の人材に必要なスキルは多岐にわたり、必要な人材の確保には相当な時間を要する。また、コロナ禍で旅行需要が激減し、企業は経営維持のために人員削減や新規採用の抑制を行ってきた。業界を離れる従業員も多く、人手不足が深刻化している。需要回復が急速に進んだ場合、受入側の体制整備が間に合わず、需要を取り逃がすだけでなく、オーバーツーリズムの原因となることが懸念される。東京都は、「業界連携再就職支援事業」「業界別人材確保オーダーメイド型支援事業」など人材確保を支援する事業を行っている。一方で、観光関連メニューが未実施であるなど、観光事業者への人材確保支援は十分でない。東京都においては、外国人を始めとした観光客に対応できる人材確保を支援するとともに、求職者の能力開発から就職までを、ワンストップで支援する体制を早急に整備されたい。

また、自律的かつ継続的な発展を行うためには、地域の潜在的観光資源を発掘して観光振興を行う人材を確保・育成しなければならない。そのためのDMO運営を担う人材の不足も指摘されている。観光地域経営を行うにあたっては、観光客の行動特性が自地域だけで完結しているのか、隣接地域を含む他地域にも関連しているのかを分析し、行政単位に捉われないマーケティングが必要となる。東京都は、こうした観光まちづくりにおいて旗振り役となる、観光の担い手育成についても積極的な後押しをされたい。

（３）快適な訪都旅行の実現に資する支援

①東京２０２０オリンピック・パラリンピック大会レガシーの活用促進

東京都では、東京 2020 大会開催から 1 年を記念して、メダリストや大会経験者が多数参加する記念セレモニーを開催するなど、大会レガシーを活用する取組を進めている。当商工会議所は、東京・日本のさらなる発展のために、同大会の誘致に東京都と共に推進してきた経緯があり、このような大会レガシーを活用した東京都の取組は大変重要であると考えている。

加えて、J N T O が 2022 年 1 月に発表した海外居住者向け調査によると、東京 2020 大

会を通じて約 44%が「日本への興味が強まった」と回答し、7割以上の回答者が「パンデミックが落ち着いた後、日本に訪れたいと思う」と回答しており、推計 3.9 億人相当の訪日意欲が新たに向上した。訪日観光の再開後、ムスリムやベジタリアン・ビーガンなどの旅行者の増加も見込まれることから、東京都は、多言語対応とともに、外国人の多様な文化・生活習慣等に配慮した環境整備に向けた支援をさらに進められたい。

また、大会後に行われた民間調査によると、今後実現を目指すべき大会レガシーについて、「健康でアクティブに暮らせる社会」「全員が能力と個性を発揮し活躍する社会」「競技会場が大会後も有効に活用される社会」が上位を占めた。こうしたニーズを踏まえ、東京都は、誰もが快適に旅行できる「アクセシブル・ツーリズム（ユニバーサル・ツーリズム）」の推進のため、東京 2020 大会関連施設とその周辺環境のさらなる整備や、滞在環境のバリアフリー化に対する融資・助成制度の拡充、アクセシブル・ツーリズムに関する人材育成支援、大会を通じて養われたボランティア活動の都民への定着支援を進めることで、東京を国際競争力の高い魅力ある観光都市に発展させ、観光需要・賑わいの創出を図られたい。

②スマート・ツーリズム（デジタル活用）に対する支援

コロナ禍で世界全体にデジタル・トランスフォーメーション（D X）推進の機運が高まる中、わが国経済の回復過程において企業のデジタル化への対応は、業種・規模を問わず避けて通ることができない状況にあり、観光分野も例外ではない。

近年、急速に進化している V R（仮想現実）や A R（拡張現実）等最先端 I C T の観光への活用も加速しており、実際に行かなくともその場所にいるようなバーチャルの旅行体験ができるとともに、実際にその場所を訪れたいという旅行需要の喚起に寄与するなど、世界中でデジタル技術を活用した観光コンテンツが展開されている。

東京都においても、競争力のある観光コンテンツの造成、デジタル技術を活用した付加価値の高い旅行体験の提供を実現するため、地域の観光団体や民間事業者の連携を促進されたい。あわせて、オンラインツアーをはじめとするデジタル技術を活用した観光コンテンツの普及を活用して、東京が安全・安心であることを国内外に発信し、訪都促進することが必要である。

③新たなモビリティサービスの取組支援（日本版 M a a S の普及促進）

感染症対策や新しい生活様式を踏まえた新たなモビリティとして、また、交通空白地等における持続可能な地域交通を実現すべく、M a a S（Mobility as a Service）に関する取組が進んでいる。観光活性化やコンパクト・プラス・ネットワークの構築に有用である「シームレスな移動環境の充実」に向け、M a a S など民間主導による様々な検討が進んでいるが、特定の地域や事業者単位での限定的な取組に留まっているものもあるなど解決すべき課題も多い。

また、大小の民間交通事業者が乱立しており、各社が顧客獲得競争を行っている。競争により技術が発展する側面はあるが、競争分野と協業分野の見極めも重要である。

東京都は、民間の取組への支援や、地域の特性に応じたモデルの構築、各交通事業者等のデータの連携・利活用を一層後押しし、MaaSの普及促進を図りたい。

(4) 観光推進体制の強化、観光統計データの整備および活用促進

今般のコロナ禍の影響により、各地の観光危機管理体制の確保・充実の重要性は高まり、さらには今後の反転攻勢を見据えた戦略策定においては地域が一体となって取り組む体制が必要であることから、DMO・観光協会等の果たすべき役割はより大きくなっている。東京都は、DMO・観光協会等において持続可能な観光地域経営が行えるよう、組織運営や資金調達の支援を継続されたい。特に、それらの支援に当たっては、利用者目線に立った制度の整理・統合、申請要件の緩和や手続きの簡素化が極めて重要である。

また、観光庁の2020年訪日外国人消費動向の調査結果によると、訪日外国人が旅行出発前に役立った旅行情報源の上位は、SNS、個人のブログ、日本在住の親族・知人が上位だった。また、コロナ禍以前の民間調査によると、日本人の旅行においても旅先に関するタビマエ、タビナカの情報収集は「検索サイト」が共通のトップだった。このように、国内外の旅行者の多くはオンラインで情報を入手しており、国内外の旅行需要の喚起に向けては、デジタルマーケティングの活用による戦略的なプロモーションが必要である。

東京都は、地域や民間事業者等が各地の観光振興に活かせるよう、これまで収集、蓄積したビッグデータを迅速かつタイムリーに提供するとともに、計画、戦略立案やプロモーションなどに容易にこれらのデータを活用できるよう、専門家派遣や民間事業者との連携推進の支援を強化されたい。

(5) 今後の新たなリスクに備えた観光危機管理体制の整備

観光は、新型コロナウイルスの感染拡大のような感染症のほか、地震や台風などの自然災害、さらには今般のウクライナ危機等の国際情勢も含めたあらゆるリスクを抱えている。今後も新たなリスクが発生することを想定し、備えを強化することが不可欠である。東京都は、コロナ禍等の教訓を踏まえ、危機発生時における社会経済活動の早期正常化に向けた「観光危機管理体制」の整備を早急に進めることが重要である。その際、団体旅行者と比較してサポートを受けにくい外国からの個人旅行者向けに必要な情報発信に取り組まれない。とりわけ、災害発生時に対応が遅れがちとなる外国人旅行者に向けては、国が開発した災害時情報提供アプリ「safety tips」の一層の周知協力を図られたい。併せて、アプリの機能向上について、国に働きかけられたい。

一方で、医療に関しては、厚生労働省と観光庁が合同で「外国人患者を受け入れる医療機関の情報を取りまとめたリスト」を作成し、多言語化した医療機関リストをJNTOウェブサイトで公開している。しかしながら、外国人旅行者が、新型コロナウイルスに罹患

した場合の対応に関して、旅行者や宿泊施設等の受入施設への周知が十分でない状況である。東京都においては、外国人に対する医療提供体制に関して、外国人旅行者及び事業者へのより一層の周知を図りたい。

また、今後の国際的な往来再開に向けては観光危機管理に関する「世界標準の指標」ならびにデジタル技術を活用した汎用性の高いシステムが必要であり、災害多発国であるわが国には、過去の災害等による経験を踏まえ世界の危機管理をリードする役割を果たしていくことが望まれる。観光庁とUNWTO（国連世界観光機関）駐日事務所では、自治体・DMO・観光事業者を対象に観光危機管理を普及・浸透させることを目的とした手引書・教材を策定している。こうした動きを踏まえ、東京都は、都内事業者の観光危機管理に関する取組に対する支援を一層強化すると共に、災害発生時に企業が優先度の高い業務から早期に復旧できるよう、BCP（事業継続計画）策定を引き続き後押しされたい。

3. Withコロナにおける東京の観光需要喚起

（１）旅行消費拡大に向けた取組の推進

①国が推進する新たな「全国を対象とした観光需要喚起策」等への早急な参画による地方からの誘客推進

「GoToトラベルキャンペーン」の2020年7月から12月までの利用宿泊数は約8,781万人泊、支援額5,399億円に及ぶ。加えて、割引支援額の3割が地域共通クーポンとして土産品、飲食等に使用されるなど、観光産業のみならず地域経済の回復に大いに貢献してきた。

現在、観光庁では新たな「全国を対象とした観光需要喚起策」を開始することを発表している。東京都においては、早急な本施策への参画と事業開始を行うことで、地方から東京への誘客を強力に推進されたい。

なお、近年、ふるさと納税制度を活用し、施設への限定入館や体験型イベントなど他地域では体験できない「コト」を返礼品とすることで地域に足を運んでもらう取組が全国各地で進んでいる。都内でも本制度を活用し地域の来訪を促す動きがあり、東京都としても区市町村の取組を後押しされたい。

②都民割の効果的な実施・運用および実施期間延長

東京都は、国や区市町村、観光協会等と連携し、感染収束後の観光需要・個人消費の回復に向けて、都民の幅広い消費意欲を喚起する大胆な支援策を検討されたい。とりわけ、本年6月より試験的に再開した「都内観光促進事業（もっとTokyo）」については、地域事業者から「近隣県において県民割を実施している中、都民割が本格的に再開されない状況に歯がゆさを感じている」「都民割が再開されないことで、地方から見ると「東京＝感染リスクが高い」という認識が助長されている」など、早期の本格再開を望む声が多数寄せられている。東京都は、効果を一過性なものにせず、観光関連事業者の持続可能な

回復に寄与するべく、国とも連携して早期の都民割の本格的な再開（実施期間の延長等）を検討されたい。

また、観光促進事業を行うにあたっては、できる限り早期に実施するとともに、事業者の混乱を避けるためにも、中長期的な見通しを立てた上で、情報を前広に公表し、十分な周知・準備期間を設けられたい。その上で、新型コロナウイルス感染状況に応じて、機動的な軌道修正を行うことが重要である。

③「ワクチン証明書」等を活用した外食・宿泊・レジャー・交通の積極的な需要回復促進

W i t h コロナ政策に舵を切る欧米諸国等においては、レストラン店内での飲食や公共交通機関利用時の「グリーンパス」（ワクチン接種証明書、PCR検査または抗原検査の陰性証明書、新型コロナウイルス感染症からの回復証明書のいずれか）の提示義務撤廃の動きが加速している。

他方、感染リスクに対する警戒感が根強く残る日本人の国民性を鑑みると、引き続きワクチン証明書等の活用は重要である。東京都においては、今後の国際的な人の往来再開が段階的に進むにあたり、諸外国の動きを注視しつつ、国と連携して東京都における対応を適宜適切に検討されたい。また、感染拡大の有無に関わらず、外食・宿泊・レジャー・交通分野において、「T O K Y O ワクシヨンアプリ」、「ワクチン証明書」あるいは「陰性証明書」等を提示することで受けられる東京都独自の優遇措置のさらなる拡充・周知により、都内観光関連産業の積極的な需要回復を促進されたい。

同時に、各所での手指消毒や検温、マスク着用、アクリル板設置や黙食など、他の観光先進国と比して制約の多い感染対策について、世界における感染症との向き合い方を踏まえた上で、適宜適切にガイドライン等の見直しを行い、明確な指針を示すよう国に働きかけられたい。そのうえで、その指針に基づいた感染防止対策の具体的なルールに関して、訪都外国人旅行者にも理解と協力を促す取組が肝要である。

④安全・安心なナイトライフ充実にに向けた環境整備

夜間・早朝などの観光ニーズに沿って、魅力ある観光資源を掘り起こし、体験型コンテンツとして提供することは、旅行者の宿泊・滞在時間の長期化を促し、消費拡大につながるものである。とりわけ、施設・店舗・交通等の夜間営業等により消費拡大を狙うナイトライフの活性化については、訪日リピーター増加にともなう「コト消費」対応の観点から推進すべきである。

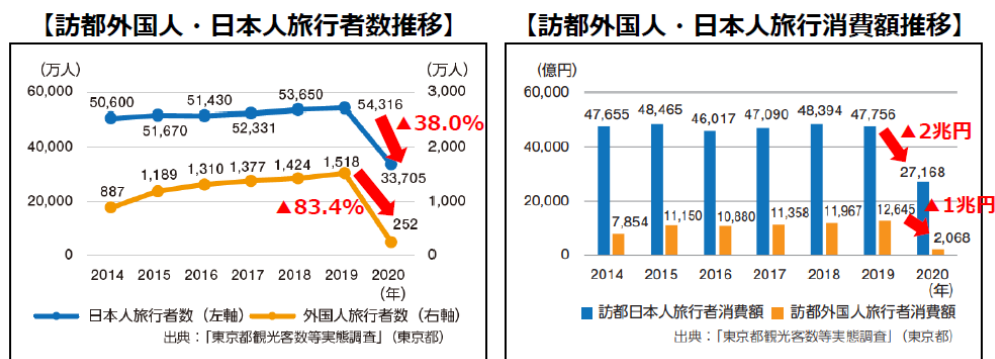
東京都においては、これまでも都内におけるナイトライフ観光振興に関する助成金等支援を推進してきたところであるが、W i t h / A f t e r コロナにおける安全・安心なナイトライフの充実を図る観点から、国とも連携を図り、都内にある美術館・博物館の開館時間や娯楽施設の営業時間の延長を検討されたい。

(2) 国内外に向けた安全・安心な東京の情報発信

①「コロナマインド」払拭に向けた強力なメッセージの発信

コロナ禍を契機として、世界から改めて評価されている旅行地としての東京の安全・安心について、正確な情報を発信していくことが極めて重要である。

東京都の調査によれば、国内からの訪都旅行者数はコロナ前と比べ約 38%、旅行消費額は約 2 兆円と大幅に減少している（下図参照）。都内観光団体・事業者からも「地方に比べて感染者の絶対数が多く、感染の中心地としてのイメージが強い東京を、地方在住者は敬遠している」「この状況を変えることが、東京の観光復活には不可欠」「東京都は他道府県の住民に対しても、感染防止対策の取組や安全・安心の情報発信を行うことが必要」といった切実な声が多く寄せられている。東京都は、東京に対するイメージとして根強く残る「コロナマインド」の払拭に向けて、全国に向けた丁寧かつ強力なメッセージとして、安全・安心な東京を情報発信されたい。



また、本年 6 月より東京にゆかりのある旅客輸送事業者 5 社が共同で「ただいま東京」キャンペーンを展開している。SNS を活用して、東京の最新情報を発信することにより、地方から東京への旅行需要喚起を図る狙いがある。東京都は、こうした民間の取組に対する後押しを行い、官民一体となり訪都需要の回復に取り組むことが重要である。

今後のインバウンド回復に向けては、海外メディア、SNS 等を通じて、訪日外国人旅行者に都内観光関連施設やサービスを強力に発信していくことが重要である。東京都は、前述の国内向けの都内観光促進事業に加え、外国人旅行者による訪都旅行需要回復に向けた東京観光の継続的な情報発信の一環として、東京の観光公式サイトである「GO TOKYO」のさらなるアップデートや、「東京観光の魅力発信キャンペーン協議会」等を通じたオンライン等による海外へのプロモーションも早期に推進されたい。

②都内公共交通機関等における安全性・感染対策の情報発信

観光需要の回復に向けては、感染拡大防止策の徹底と安全性の発信が極めて重要である。昨年 10 月に発表された民間調査の結果によると、旅行の計画や旅行先での行動について、今後の旅行で意識することは「混雑場所の回避」「混雑日・時期・季節の回避」など、密

を避ける行動が上位となっている。また、電車やバス等の公共交通機関については、混雑を懸念する声があるが、2020年10月の新型コロナウイルス感染症対策分科会から国への提言において「十分に換気がされている公共交通機関での感染は限定的であると考えられる」とされている。

東京都は、国や交通事業者等と連携の上、科学的データや客観的事実に基づき、都内公共交通機関の安全性や感染拡大防止策を強力に発信されたい。

（３）観光関連事業者への事業継続支援拡充

～事業継続に必要な当面の資金繰りおよび雇用維持等の直接的支援～

東京都や国・各自治体の手厚い新型コロナウイルス緊急対策は、事業者が危機に対応するための時間的猶予を得るものとして重要な役割を果たした。しかしながら、感染拡大初期に融資を受けた企業の多くが、現在、返済据置期間を終え元金返済開始を迎えるなど、先行きへの不安が大きくなっている。さらに足元では、ウクライナ情勢の緊迫化やエネルギー・原材料価格の高騰など、さらなる企業経営への悪影響が危惧されている。訪日客が日本に期待する和食を提供する飲食店舗や、地場産業による伝統工芸品を販売する小売店舗は、それ自体が貴重な観光資源であり、倒産・廃業により職人の伝承が途絶えてしまうことによる観光資源の喪失が強く懸念される。また、「G o T o トラベルキャンペーン」や「もっとT o k y o」において、旅行者の代金を一時的に立替払いする旅行会社は、今後も資金繰り改善に時間を要することが見込まれ、旅行者に対してだけではなく、旅行事業者に対する直接支援を切望する声は多い。加えて、地域間交流促進や東京の魅力発信の役割を担ってきたお祭りやイベントなどの中止・延期が相次ぎ、地域の観光事業団体の組織力低下が顕在化し始めている。

こうした状況を踏まえ、東京都は、感染収束後の本格的な旅行者の受入再開に支障を来すことのないよう、観光関連産業の事業継続に必要な当面の資金繰りおよび雇用維持等の事業者への直接的な各種支援について、今後の感染状況や雇用情勢を踏まえ、延長、拡充等、柔軟な対応を図られたい。

以 上

2022年度第8号 2022年7月14日 第748回常議員会決議
--