

1 3 世界有数の観光都市の実現

1 概要

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、ICT*等を活用しながら多言語対応を強化・推進するとともに、旅行者の移動・滞在を支える基盤を都内全域で整備する。

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。

さらに、アイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」を活用し、東京の魅力を効果的に国内外へ発信するとともに、日本各地と連携した旅行者誘致を進める。

2 レガシーの概要

東京 2020 大会やその先を見据え、観光案内機能の充実や多言語対応、宿泊施設のバリアフリー化など受入環境整備が推進されることで、「あらゆる旅行者を歓迎する東京」が実現し、大会後の持続的な旅行者の受入につながる。また、地域の観光資源開発が促進されることで「多彩で良質な体験ができる東京」が実現し、大会後の都内各地域のにぎわいにつながる。

さらに、ポストコロナを見据えた観光プロモーション等を通して、「グローバルに魅力を発信する東京」が実現し、大会後の持続的な旅行者誘致につながる。

利害関係者	国、地方自治体、民間企業等、観光関係団体 等
種別	経済・テクノロジー
地理的範囲	日本全国
期間	長期
実施主体	東京都
根拠	立候補ファイル、2020 年に向けた実行プラン、「未来の東京」戦略
関連する SDGs	8-経済成長と雇用、9-インフラ・産業化・イノベーション、17-実施手段

3 詳細な説明

(1) 背景

東京 2020 大会は、国内外から大会関係者等が東京を訪れるとともに、メ

ディアを通して世界中から東京に注目が集まることから、東京、そして日本各地の魅力を世界に発信し、東京と日本各地が連携して観光産業の更なる活性化につなげていく絶好の機会である。

そのため、大会を契機に、国内外から来訪するあらゆる旅行者が東京で安心かつ快適に滞在できる環境を確実に整備し、東京での観光に満足してもらうことが重要である。

また、こうした旅行者に東京での観光を楽しんでもらうため、旅行者の多様なニーズに応える新たな楽しみの開発・発信や、地域の多様な主体が連携した観光資源の開発・磨き上げを進めることで、多摩・島しょ地域を含めた都内各地域の多彩な魅力に触れてもらうことが重要である。

さらに、東京と全国各地の広域的かつ有機的な連携によって国内旅行を活性化させるとともに、インバウンドの回復を見据えた戦略的な魅力発信やコンテンツ開発等を行い、観光産業の持続的な成長を実現していくことが重要である。

(2) 時期

2013 年度	「2020 年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」設置
2014 年度	「外国人旅行者の受入環境整備方針」策定 ※東京を訪れる外国人旅行者が安心かつ快適に観光を楽しめるよう、東京 2020 大会までに旅行者の移動・滞在を支える基盤を、ソフト・ハード両面から都内全域で計画的かつ集中的に整備していくため、東京が一体となって取り組むべき方向性を示すため策定
	「国内外旅行者のためのわかりやすい案内サイン標準化指針」改訂
	「東京のブランディング戦略」策定 ※東京 2020 大会の開催と、さらにその先を見据え、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」を確立することを目的として策定
2015 年度	「多言語対応・ICT化推進フォーラム」開催（2020 年度まで毎年度開催） ※大会に向けた多言語対応協議会が主催し、多言語対応の先進的取組、ICTの技術動向紹介、社会全体のICT化推進の取組説明、自治体・民間企業による先進的事例の紹介などを行う
2016 年度	「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2017～」策定

	※観光を巡る急速な環境の変化に迅速かつ的確な対応を図るために、中長期的な視点に立ち、総合的かつ体系的な施策の展開を目指して策定したもの
2017年度	海外に東京の観光をPRするアイコン・キャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」公表 「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン2018～」策定
2018年度	「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン～東京2020大会に向けた重点的な取組～」策定 ※「東京都観光産業振興実行プラン2018」をベースとして、大会に向けて重点的に取り組むべき施策を選定し、取組を加速させ、その成果を大会後にレガシーとして活用するとともに、大会前後を通じた継続的な取組も着実に実施することで、大会開催を契機として観光産業を飛躍させるため、策定したもの

(3) 実施主体

東京都

(4) 実施方法

① 外国人旅行者が快適に滞在できる環境整備とおもてなし

ア 多言語対応の推進

<多言語対応の促進>

- 官民一体で取組を進めている「2020年オリンピック・パラリンピックに向けた多言語対応協議会」で、多言語対応の基本的な考え方を策定し、日本語、英語及びピクトグラム*を基本としつつ、需要、地域特性、視認性などを考慮し、必要に応じて、中国語・韓国語、更にはその他の言語も含めて多言語化を促進する。

<多言語音声翻訳アプリ「VoiceTra」イメージ>^[1]



- 多言語対応の取組事例等を取りまとめ、ポータルサイトに掲載し、情報やノウハウの共有化等を行うことで、多様な主体の施策を相互に参考としながら、具体的な取組を進める。
- 多言語対応のツールとしてICTや多言語音声翻訳アプリ「Voice

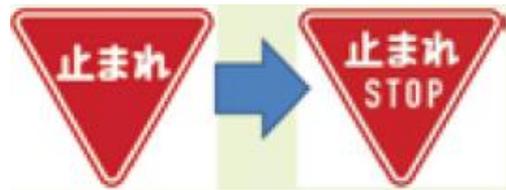
[1] 国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT） ホームページ <http://voicetra.nict.go.jp/>

Tra」等が効果的に活用されるよう、「多言語対応（・ICT化）推進フォーラム」などにより、最新の技術動向に関する情報共有や実証機会の拡大を通じ、機能向上や自治体などによる活用を促進した。

＜外国人が不満や不安なく円滑に移動できる環境の整備＞

- 東京 2020 大会に向け、道路案内標識について、英語併記化やピクトグラムの追加等に加え、高速道路の路線番号を付加することにより表示情報を充実させる。
- 競技会場や観光地等周辺の道路規制標識（一時停止、徐行）について英語併記化を推進した。
- 「国内外旅行者のための分かりやすい案内サイン標準化指針（歩行者編）」に則り、外国人旅行者が多く訪れる地域等に対し、観光案内標識の維持更新を行う。
- 新宿ターミナル協議会の取組を参考に、東京駅、品川駅、主要ターミナル駅において、多言語対応の案内表記の普及拡大、ピクトグラムの活用や各主体が連携した表記の統一性・連続性の確保などにより、外国人が不満や不安なく円滑に移動できる環境を整備する。
- ターミナル駅などの屋内でも利用可能なナビゲーションアプリの開発を促進するため、国と連携した屋内電子地図のオープンデータ化や、新宿駅周辺でのICTを活用した実証実験を実施する。
- 都営地下鉄では、多言語対応可能な車内液晶モニターの設置、案内サイン、券売機が多言語化を拡大していく。また、外国人利用客の多い駅に、英語が話せるコンシェルジュ（駅案内係）の配置を拡大する。
- 外国人が水辺空間においても、円滑に移動することができ、快適に過ごすことができるよう、多言語対応の案内サインの整備を推進する。
- 外国人旅行者を含む来島者の利便性向上のため、多摩・島しょ地域の船客待合所や空港ターミナルビルに、多言語案内表示板を設置する。
- 大会の競技会場等となる公園、動物園や文化財庭園等において、外国人旅行者が円滑に移動することができ、快適に過ごすことができるよう、多言語対応の案内サインの整備を推進する。
- 都立動物園・庭園等でICTの活用によるガイドサービスなどを導

＜道路規制標識の英語併記化＞^[2]



[2] 「3つのシティ」の実現に向けた政策の強化（平成30年度版）～2020年に向けた実行プラン～（東京都）

入する。

＜観光関連事業者への支援＞

- 都内の宿泊施設、飲食店、小売店、タクシー事業者を対象として、多言語コールセンターサービス（英語・中国語・韓国語・仏語・タイ語・ドイツ語・イタリア語・スペイン語・ポルトガル語・ロシア語・ベトナム語・インドネシア語）を実施する。
- 都内の宿泊施設、飲食店、小売店等が行う、クレジットカード等決済端末の導入や多言語対応タブレット導入といった外国人旅行者対応の取組を支援する。
- 外国人旅行者の受入環境整備を促進するため、多言語対応や決済に活用できるタブレット端末を導入する都内タクシー事業者を支援する。

＜医療情報や防災関連情報などの多言語対応＞

- 外国人旅行者等のニーズを踏まえ、ウェブサイトでの医療機関情報の提供等に係る多言語対応の充実に向けた取組を推進していく。
- 都内 26 消防署に、多言語音声翻訳アプリを活用し、異文化圏の習慣等も踏まえて対応ができる救急隊を 70 隊配置し、外国人傷病者に対応した救護・搬送体制を構築する。
- 翻訳アプリ等の活用により、119 番通報や消防署での窓口業務に多言語で対応できる体制を整備する。
- 外国人に安全・安心情報を伝えるため、多言語により消防署等のデジタルサイネージ*に防災関連の情報を掲出する。
- 外国人が安心して利用できるよう、空港や宿泊施設等における、避難経路や避難方法などの多言語化を促進する。
- 宿泊施設等で外国人が体調を崩した場合に、スタッフが症状に応じた適切な医療機関への受診を支援できるよう、対応マニュアルを作成し配布するとともに、区市町村における地域の実情に応じた外国人患者の受入環境整備を支援する。

イ 外国人旅行者の受入環境の向上

＜観光案内機能の強化・充実＞

- 東京観光情報センターを運営するとともに、観光案内所の整備を推進する。
- 外国人旅行者が多く訪れる 10 地域及び大会の競技会場周辺の歩行空間や観光案内所に設置したデジタルサイネージで観光情報を多言語で提供する。
- 外国人旅行者が多く訪れる 10 地域の歩行空間や都立施設などに TOKYO FREE Wi-Fi を整備した。また、Wi-Fi アンテナに関する区市町村等の取組を支援する。
- 防災館において、日中来館できない人等を対象とした夜間開館や、夜間の発災を想定した体験ができるナイトツアーを実施するとともに、様々な文化的背景や防災意識を持つ外国人に対しても、より効果的な防災体験学習の機会を提供できるよう、新たな体験プログラムの整備や ICT を活用した施設への改修を推進する。
- 都立施設におけるキャッシュレス*化の推進に向け、恩賜上野動物園で QR コード決済の実証実験を実施したほか、美術館・博物館において、クレジットカードや非接触型電子マネー、QR コード決済を導入した。
- 都営地下鉄において、外国人旅行者が、乗換に必要な情報等をスムーズに入手できるよう、駅構内に無料 Wi-Fi 環境を整備するとともに、車内にも無料 Wi-Fi を整備した。

＜東京観光情報センター（東京都庁）＞^[3]



＜TOKYO FREE Wi-Fi エリアサイン＞^[4]



＜ボランティアの育成＞

- 区市町村や企業、団体等と連携・協力し外国人おもてなし語学ボランティアを 5 万人育成するとともに誰でも気軽におもてなしの心と簡単な語学を学べる e ラーニングを活用し、おもてなしの心を更に広げていく。

[3] PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン ～東京 2020 大会に向けた重点的な取組～

[4] 「未来の東京」戦略ビジョン（東京都）

- 観光ボランティアの中核となり、指導的立場となるボランティアリーダーを育成し、観光ボランティア全体のレベルアップを図る。
- 次代を担う若い世代である中高生を対象に、外国人旅行者への対応方法や東京ならではの「おもてなし」手法を学ぶ講習会等を実施し、観光ボランティアの候補生である「おもてなし親善大使」を育成する。

＜観光ボランティア＞^[5]



＜多様な文化・習慣への対応＞

- ムスリム等多様な文化や習慣の理解促進に向け、受入対応セミナーの開催、専門家の個別派遣等を実施する。
- ムスリムやヴィーガン、ベジタリアンなどの多様な文化・習慣に対応した施設を紹介するパンフレットを作成し情報発信を行う。

＜アクセシブル・ツーリズム*の充実＞

- 障害者や高齢者が積極的に外出して、様々な交通機関等を快適に利用しながら旅行などを行う、アクセシブル・ツーリズムの充実に向けた取組を推進する。
- 宿泊環境を改善するため、建築物バリアフリー条例等の改正を図り、宿泊施設のバリアフリー化支援に関する補助制度を拡充し一般客室のバリアフリー化を促進する。加えて、都のポータルサイト等へバリアフリー情報を掲載するなど情報発信を充実する。
- バリアフリー化の更なる推進に向けて、宿泊事業者等を対象にしたバリアフリー化促進セミナー及びアドバイザー派遣を実施する。
- 外国人旅行者や障害者、高齢者等へのおもてなしの心を醸成するため、案内や簡単な介助方法等を掲載した携帯版ハンドブックを作成・

＜バリアフリー化された客室例＞^[6]
(京王プラザホテル)



[5] 2020年に向けた東京都の取組－大会後のレガシーを見据えて－（東京都）

[6] 「未来の東京」戦略ビジョン（東京都）

配布する。

② 多摩・島しょなど地域における観光振興を推進

- 観光協会や民間企業など多様な主体が連携し観光資源の発掘や磨き上げなどを行う取組に対し、複数年度にわたるサポートを実施し事業の定着化を推進する。
- 都内の建造物のライトアップや春や秋の自然を活用したライトアップ等の取組を支援する。
- 多摩・島しょ地域の魅力について、WebサイトやSNSを活用した情報発信及び国内外メディアとタイアップした情報発信を展開する。
- 多摩・島しょ地域の観光資源を活用し、体験コンテンツの造成から販売、プロモーションまでを一体的に実施し、国内外旅行者の誘致を促進する。
- 体験型・交流型の要素を取り入れた新たなツーリズム開発を行う事業者等の支援を実施し、外国人富裕層を含む旅行者の誘客を推進する。
- 島しょ地域における観光資源のブランド化に向けて観光協会、商工会、民間事業者等が実施する取組を支援する。
- 各事業者が提供している島しょ地域へアクセスする航路・航空路の運行情報等を一元化し、ポータルサイトやアプリにおいて多言語で提供する。
- キャッシュレス化の仕組みの構築に向けて、キャッシュレス決済を活用した誘客促進キャンペーンを実施する。
- 焼酎特区の活用により、多摩・島しょ地域の観光振興・活性化に貢献する。
- 来島者への観光案内拠点を担う船客待合所等において、キッズコーナー設置など快適な待合スペースの創出やデジタルサイネージによる情報発信強化など、来島者へのおもてなしの視点に基づいた様々な取組を伊豆・小笠原諸島全11島で実施する。

＜上：御岳山ロックガーデン（青梅市）
下：元町浜の湯（大島町）＞^[7]



[7] 2020年に向けた東京都の取組—大会後のレガシーを見据えて—（東京都）

- 島しょ地域へのアクセス向上に向け、新島若郷漁港と神津島港においてジェットフォイルの就航率向上に向けた施設整備を推進する。

③ 東京の魅力発信と観光プロモーションの効果的な展開

- アイコンとキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」を活用した商品の開発・販売等、民間と連携して、東京の魅力を国内外に効果的に発信する。
- <「Tokyo Tokyo Old meets New」アイコン>^[8]
- The logo features the words "Tokyo Tokyo" in a large, blue, sans-serif font. Above the second "Tokyo" is the tagline "Old meets New" in a smaller, blue font. A small red square is positioned between the two "Tokyo" words.
- 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*、エコツーリズム、ガストロノミーツーリズム、アクセシブルツーリズム等の様々なテーマに沿った観光情報を発信する。
 - 直接的な誘客につながりやすい旅行関心層をターゲットに、東京が安全で魅力的な都市であることを集中的にPRするため、旅行関連媒体への広告出稿やSNSを活用したキャンペーンを実施する。
 - 大会時及び大会後の再来訪につなげるためテレビCMの放映、オンライン広告の掲出、観光レップ*等を活用したPR等を実施する。
 - 対象市場の特性に応じて戦略的なプロモーションを展開し、東京の認知度を高め、外国人旅行者を誘致する。
 - VR等の新技術を活用するなど、オンラインで遠隔地にいながら都内観光を楽しむことができるツアーの造成を支援する。
 - 広告掲載によるPRや海外トレードショー出展等の取組を実施し、MICE情報の発信を強化する。
 - 都内MICE拠点が他の拠点や国内他都市と連携して行うブレジャー向け観光コースの造成やPRを支援する。
 - 都内ユニークベニュー*の魅力や活用方法等を幅広く発信するため、施設の視察ツアーやレセプション等を含めたショーケースイベントを実施する。
 - 大会において国内外のメディア関係者等を通じて東京の魅力を発信していくため、東京都メディアセンターを設置する。
 - 大会の開催期間中、国内外から訪れる人々に、東京のものづくり技術をはじめ農林水産物や観光名所などのPRを行う。
 - 2020年9月に世界最大のクルーズ客船に対応可能な東京国際クルーズターミナルが開業した。海外のクルーズ誌への広告掲載や映像配信などにより東京と東京港の魅力について効果的に発信する。

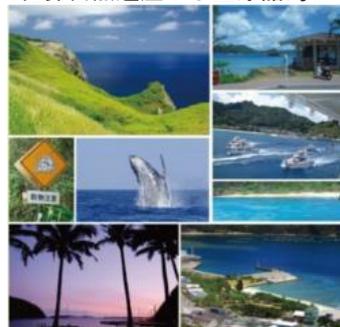
[8] Tokyo Tokyo ホームページ <https://tokyotokyo.jp/home/>

- 「文化財めぐり」等の冊子を英語版で作成し、外国人旅行者等が簡単に文化財を見学できる情報を提供する。
- 大会において、東京の水道水の安全性やおいしさを体験・体感できる場を設置するとともに、都内公共施設等、様々な場所を活用し、東京水道の魅力を広く国内外に発信する。

④ 日本各地と連携した国内外旅行者の誘致を推進

- 全国各地と様々な形で連携し、観光ルートの多様化や共同プロモーションの実施などオールジャパンでの戦略的な観光振興を推進する。
- ラグビーワールドカップ 2019™の国内の開催都市と連携して、プロモーションを実施した。
- 世界自然遺産を有する北海道、青森県、秋田県、鹿児島県と連携し、各自然遺産の魅力や知名度を生かした共同プロモーションを実施する。
- 世界自然遺産の魅力をPRする動画を制作するなど、Webサイトを通じた発信の強化を図る。
- 国内旅行者向けに広告を展開するとともに、1都3県を中心とした近隣県による東京2020大会のレガシーを活用した参加型イベント等を実施する。
- 都内に集積するアンテナショップと連携したイベントや、アンテナショップの紹介冊子を活用したPRを実施する。
- 都営地下鉄の駅や車内においてデジタルサイネージ等を活用して、地方の特産品の情報やイベント情報などを発信する。
- 都内の庭園において、都と国や区市・民間等が連携したイベントを開催する。

<世界自然遺産：小笠原諸島>^[9]



(5) 便益

以下の成果等により、東京を訪れる外国人旅行者が快適に観光を楽しむ環境が整う。

また、地域の多彩な観光資源の開発が推進されるとともに、ポストコロナを見据えた戦略的な魅力発信等を通して、世界中の人々の東京観光に対する期待感を高め、インバウンド回復を契機として観光産業が更に発展し、何度でも訪れたい国際観光都市へと飛躍する。

[9] 「3つのシティ」の実現に向けた政策の強化（2019年度）～2020年に向けた実行プラン～（東京都）

- 都道において全ての人に分かりやすい道路案内標識の整備が進む。
- 交通機関の各主体間における多言語案内表示における標識等の統一性・連続性への配慮、翻訳文言の共通化等が改善される。
- 都立公園・海上公園*における多言語案内表示板の設置が進む。
- デジタルサイネージや観光案内サインの設置が進む。
- 観光案内窓口が拡充し、機能が充実する。
- 無料Wi-Fi利用環境が改善され、満足度が向上する。
- ボランティアの裾野が拡大し、育成や活用が進む。
- 宿泊施設のバリアフリー化が進む。

4 事実と数字

訪都外国人旅行者数	1,518万人（2019年） [参考] 556万人（2012年）
都道における外国人を含めた全ての人に分かりやすい道路案内標識の整備	10,515枚整備完了
交通機関の各主体間における多言語案内表示・標識等の統一性・連続性への配慮、翻訳文言の共通化等の改善	HP等により、「ターミナル駅における案内サイン共通化指針」を周知することにより、各主体による多言語案内表示の統一等、わかりやすい案内サイン共通化などの取組を促進
観光案内サインの設置	累計554基（2020年10月末時点）
都立公園・海上公園における多言語案内サインの整備	（都立公園）22公園で完了（累計） （海上公園）7公園完了（累計） [参考]（都立公園）3公園で設計を実施 （海上公園）3公園で設計に着手 （2016年度末）
観光案内の充実（広域的な観光案内機能を担う拠点の整備）	外国人が多く訪れる10地域に整備

観光案内の充実（観光案内窓口の拡充・機能強化）	外国人が多く訪れる 10 地域内に累計 151 か所
観光案内の充実（「街なか観光案内」の展開）	外国人が多く訪れる 10 地域内に展開
デジタルサイネージの設置	累計 108 基
外国人旅行者の無料Wi-Fi利用環境に対する満足度	71.1%（2019年）
無料Wi-Fi利用環境の向上（Wi-Fiアンテナの設置）	累計 761 か所
無料Wi-Fi利用環境の向上（東京2020大会競技施設）	都有会場等 4 会場で観客用 Wi-Fi が利用可能 その他の 15 会場について、観客用 Wi-Fi の整備に着手（2021年3月末時点）
ボランティアの裾野拡大・育成・活用（外国人おもてなし語学ボランティアの育成）	累計約 54,000 人
ボランティアの裾野拡大・育成・活用（観光ボランティアの活用）	登録者数 2,637 人（2020年4月1日）
ボランティアの裾野拡大・育成・活用（おもてなし親善大使の育成）	おもてなし親善大使任命人数 累計 1,103 人
アクセシブル・ツーリズムの充実（宿泊施設のバリアフリー化）	都内に、法令に基づく「車いす利用者用客室」と、改正建築物バリアフリー条例（2019年9月1日施行）に適合する「一般客室」とあわせて 2500 室以上が供給されている。

(表中、個別に記載のない事項は2020年3月までの実績)

5 用語説明

ICT	情報通信技術 (Information and Communication Technology) の略称。情報処理及び情報通信に関連する諸分野における技術・産業・設備・サービス等の総称
ピクトグラム	誰にでも伝わりやすい単純化されたデザインの絵文字等により、情報や注意を表示した視覚記号
デジタルサイネージ	商業施設や交通機関、店頭、公共空間などで、ネットワークに接続したディスプレイで映像や情報を表示するシステム
キャッシュレス	現金(紙幣・硬貨)を使用しなくても活動できる状態を指すこととされている。キャッシュレス支払い手段の例として、クレジットカードや電子マネー、モバイルウォレット等が挙げられる
アクセシブル・ツーリズム	障害者や高齢者など、移動やコミュニケーションにおける困難さに直面する人々のニーズに応えながら、誰もが外出や旅を楽しめることを目指す取組
ブレジャー (Bleisure)	英語のビジネス出張 (business、仕事) とレジャー休暇 (leisure、余暇) の2語を合わせた造語で、ビジネス旅行に合わせてレジャー旅行を満喫すること
観光レップ	現地旅行事業者やメディアに対する東京の最新情報の提供やセールス活動、一般市民への東京観光のPRを現地で行う個人または法人
ユニークベニュー	歴史と伝統ある建物や芸術文化に触れることのできる施設などで、会議やイベント、レセプション等を特別感を演出しながら開催できる会場のこと
海上公園	都民が海や自然とふれあい、レクリエーションを楽しめる場として、東京都海上公園条例に基づき、埋立地を公園として整備したもの。海浜公園、ふ頭公園、緑道公園がある

6 参考文献

- ・2020年に向けた東京都の取組—大会後のレガシーを見据えて— (PR版)
- ・2020年に向けた東京都の取組—大会後のレガシーを見据えて— (本編)
- ・都民ファーストでつくる「新しい東京」～2020年に向けた実行プラン～

- ・「3つのシティ」の実現に向けた政策の強化（平成30年度）
- ・「3つのシティ」の実現に向けた政策の強化（2019年度）
- ・「3つのシティ」の実現に向けた政策の強化（2020年度）
- ・「未来の東京」戦略
- ・PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン～東京2020大会に向けた重点的な取組～