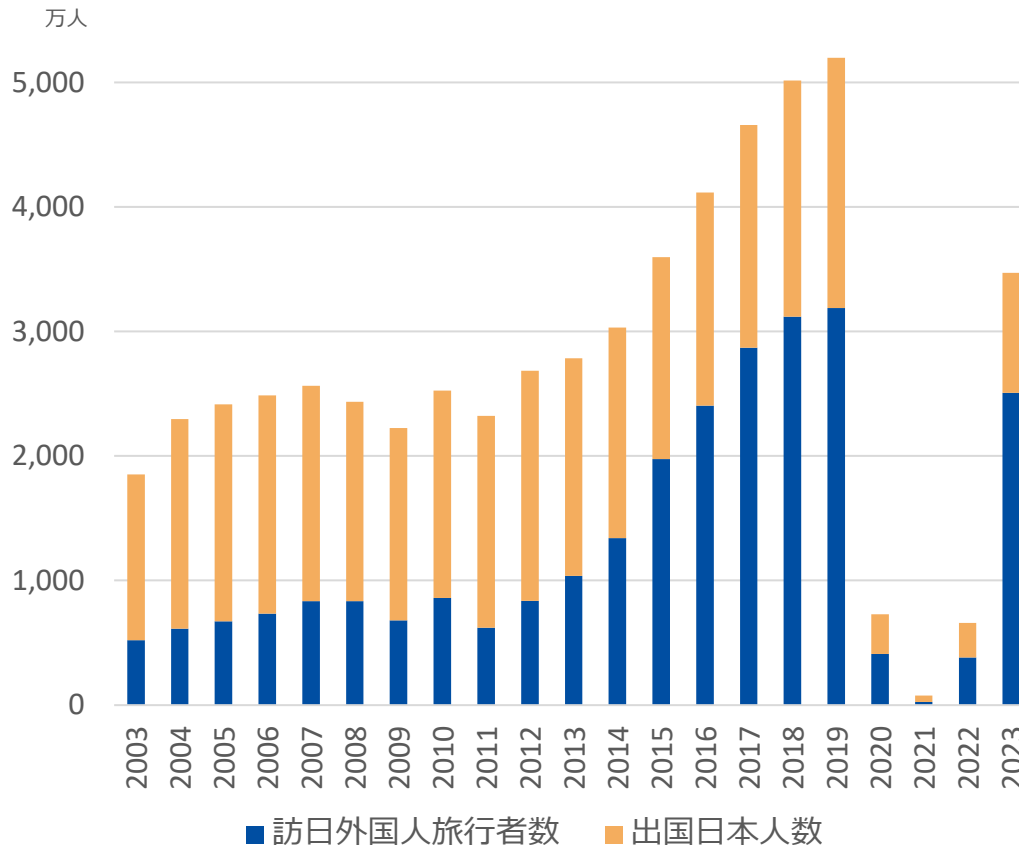


ツーリズムの基幹産業化に向けた 産業振興に関する重点要望（概要）

2024年6月13日

基本認識（訪日外国人旅行者数・出国日本人数）

訪日外国人旅行者数・出国日本人数



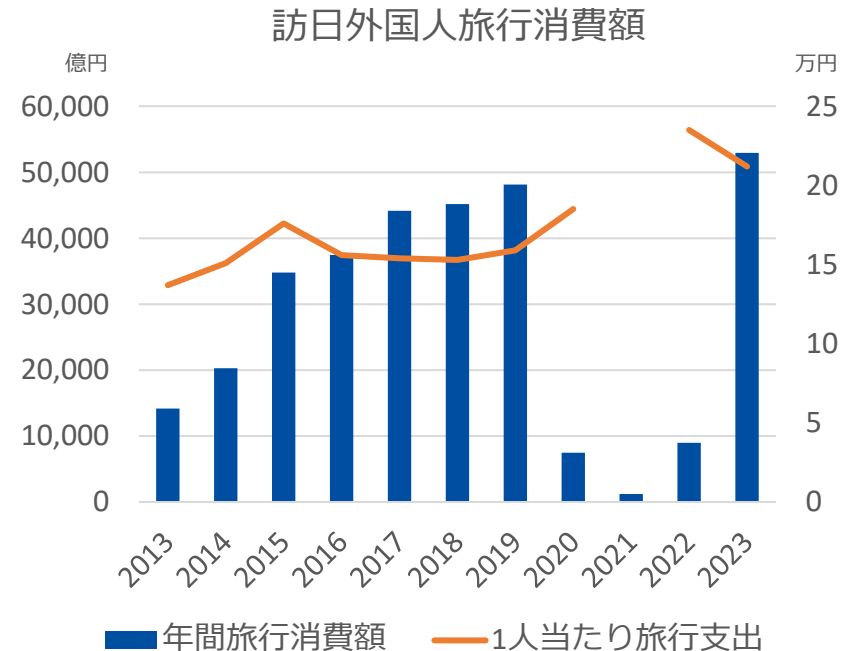
出典：日本政府観光局（JNTO）

水際対策緩和以降、 訪日需要が急回復

- 2023年の訪日客数は約2,507万人で、コロナ禍前（2019年 3,188万）の約8割まで回復
- 単月ではコロナ前を上回り過去最高を更新する月もあり、今後も好調の見通し
- 一方、2023年の年間日本人出国者数は962万人で、アウトバウンドは2019年比52.1%減と低調が続く

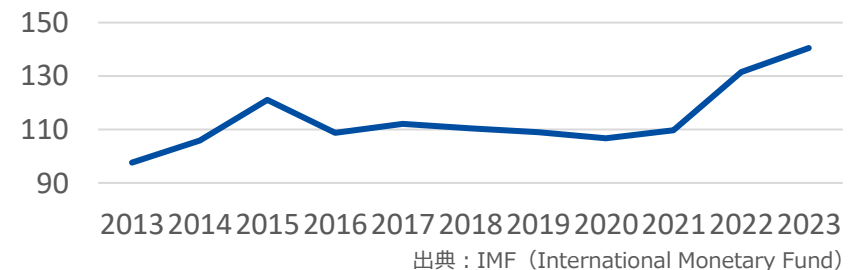
インバウンド消費額は過去最高を記録

- 2023年の訪日外国人旅行消費額（速報）は5.3兆円と過去最高を更新
- 訪日外国人1人当たり旅行支出は21万3千円（2019年比34.2%増）と推計
- 2021年以降の急激な円安が後押しして、訪日外国人の購買意欲を高めた



※2020年～2022年の値は試算値
出典：観光庁

USドル/円 平均為替レート of 年次推移





人手不足と観光需要の偏りが顕著

- 人手不足の背景には、他産業と比較して低い賃金、離職率が高い非正規雇用者の構成比の高さ、休日が少なく、労働時間の長い労働環境などが挙げられる
- 人手不足により、サービス品質低下や、採用市場における劣後、人材育成の遅れなどを招く
- 観光需要の偏り（目的地の偏りと時期の偏り）も一因

基本認識（2030年に向けたロードマップ）

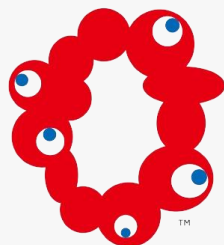
政府目標

インバウンド消費額**15兆円**
外国人旅行者数**6,000万人**

2030

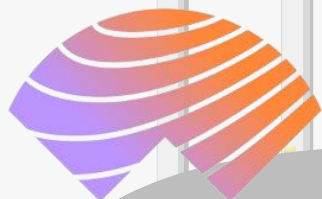
2027

2025



OSAKA, KANSAI, JAPAN
EXPO
2025

※来場者数見込み
2,820万人



WORLD
ATHLETICS
東京2025世界陸上



EXPO
2027
YOKOHAMA JAPAN

※来場者数見込み
1,500万人

世界的なイベントに向けた施策強化が重要

魅力的な地域資源の ブランド化・情報発信・ 文化教育が課題



ツーリズム産業の持続可能な発展に向けた受入環境整備

- (1) 人手不足解消のための労働環境改善支援
- (2) 交流需要の分散化・平準化（目的地/時期・時間帯の偏りの改善）
- (3) レスポンシブル・ツーリズムの推進
- (4) ツーリズムを通じた被災地復興支援

魅力を最大限活かした「国際文化都市東京」の実現

- (1) 地域資源を活かした交流促進事業、情報発信に対する支援強化
- (2) 消費拡大に向けたナイトタイムエコノミーの活性化
- (3) シビックプライド醸成に向けた文化教育拡充

双方向交流拡大に向けた東京のさらなる国際競争力強化

- (1) 東京を核とした国内外における相互交流の促進
～大阪・関西万博を契機とした交流促進～
- (2) 国内外から東京へのビジネス誘客促進（M I C E の受入環境整備・誘致促進等）
- (3) 多様な文化・習慣等への理解・配慮や消費額拡大を目指した受入環境整備

ツーリズム産業の持続可能な発展に向けた受入環境整備

(1) 人手不足解消のための労働環境改善支援

- ・観光関連事業者が自発的・持続的に賃上げできる環境整備の推進
- ・観光まちづくりにおいて旗振り役となる、観光の担い手育成への後押し
- ・基幹業務へのクラウド型 I C T の導入、オペレーション効率化等への支援

(2) 交流需要の分散化・平準化（目的地/時期・時間帯の偏り改善）

- ・平日の旅行需要喚起に向けた、教育分野・企業等を巻き込んだ休み方改革推進

(3) レスポンシブル・ツーリズムの推進

- ・旅行者に対する地域資源保全や地域のルール・マナーに関する意識啓発

(4) ツーリズムを通じた被災地復興支援

- ・運用面において旅行事業者配慮した観光需要喚起策の実施

人手不足解消や観光需要の偏り是正に向けた取組みが急務

正社員の人手不足割合（上位 10 業種）

(%)

		2022年4月	2023年4月	2024年4月
1	情報サービス	64.6	↑ 74.2	↓ 71.7
2	旅館・ホテル	52.4	↑ 75.5	↓ 71.1
3	建設	59.4	↑ 65.3	↑ 68.0
6	運輸・倉庫	52.2	↑ 63.1	↑ 63.5
10	飲食店	56.9	↑ 61.3	↓ 56.5

中小企業等の主な声



ホテル、バス会社において従業員の確保が難しい（観光協会）



旅行需要の平日分散や広域観光促進による平準化が必要（運輸業）

(1) 地域資源を活かした交流促進事業、情報発信に対する支援強化

- ・地域に根差した祭り、イベントなど、多様なコンテンツ開発への支援
- ・街の賑わい創出、地域の活性化に向けた各地の取組みに対する後押し
- ・海外メディアやSNS等を通じた、訪日外国人に対する地域密着情報の発信

(2) 消費拡大に向けたナイトタイムエコノミーの活性化

- ・ナイトタイムエコノミーの活性化に向けたビジョン・戦略の策定
- ・公営の美術館、庭園等の閉館・閉園時刻の延長

(3) シビックプライド醸成に向けた文化教育拡充

- ・歴史・文化など地域資源への理解を深める文化教育の普及

地域資源を活用した取組みがシビックプライド醸成に寄与

中小企業等の主な声



地場産業を活かしたイベントの開催により、伝統文化や伝統技術の継承を行う（小売業）



地域に密着した祭りは、区民の心の拠り所となっている（観光協会）

世界10都市の「シビックプライド」総合ポイント結果

順位	対象都市	対象国	総合ポイント
1位	上海	中国	906.6
2位	バルセロナ	スペイン	817.1
3位	ロンドン	イギリス	813.1
4位	ローマ	イタリア	808.8
5位	ニューヨーク	アメリカ	804.2
6位	パリ	フランス	794.2
7位	ヘルシンキ	フィンランド	778.7
8位	ベルリン	ドイツ	717.2
9位	大阪	日本	686.2
10位	東京（23区）	日本	665.8

出典：(株)読売広告社「グローバル・シビックプライド調査」

双方向交流拡大に向けた東京のさらなる国際競争力強化

(1) 東京を核とした国内外における相互交流の促進 ～大阪・関西万博を契機とした交流促進～

- ・各国・地域の政府観光局等との連携体制強化、および共同プロモーション実施
- ・海外渡航の促進に向けた費用負担等によるパスポート取得支援

(2) 国内外から東京へのビジネス誘客促進 (M I C Eの受入環境整備・誘致促進等)

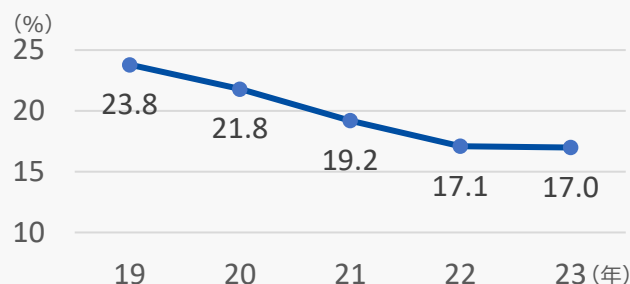
- ・I C TによるM I C E施設の機能強化

(3) 多様な文化・習慣等への理解・配慮や消費額拡大を 目指した受入環境整備

- ・ムスリム、ベジタリアン、ヴィーガン旅行者等への対応店舗・施設の情報提供
- ・プライベートジェットの受入拡大、スーパーヨットの寄港地設置

双方向交流拡大に向けアウトバウンド促進やM I C E誘致が重要

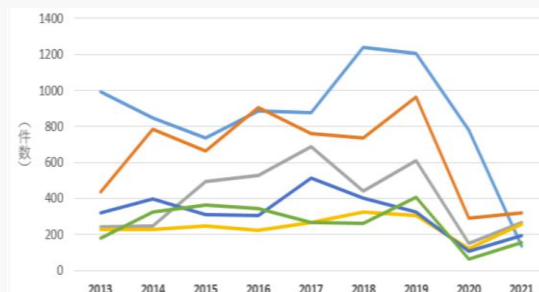
日本人人口に占める旅券保有率



海外渡航需要の回復遅れが旅券保有率からも見て取れる

出典：外務省「旅券統計」

都市別国際会議開催件数



	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
シンガポール	994	850	736	888	877	1,238	1,205	780	134
ブリュッセル	436	787	665	906	763	734	963	290	319
ソウル	242	249	494	526	688	439	609	150	265
パリ	180	325	362	342	268	260	405	61	153
ウィーン	318	396	308	304	515	404	325	109	195
東京	228	228	249	225	269	325	305	122	258

※2019年のランキング順に都市を記載。

世界の観光先進都市と比較して東京の国際会議開催件数は劣後している

出典：UIA国際会議統計（「東京都MICE誘致戦略2023」より）

挑みつづける、変わらぬ意志で。

