

東京の観光振興策に関する意見

2016年9月8日

東京商工会議所

I. 基本的な考え方

観光は、関連する産業の裾野が広く、需要の拡大、雇用機会の創出など、東京の持続的な成長の実現に向けて、地域に大きな経済効果をもたらすばかりでなく、魅力ある都市空間の形成、伝統の継承や文化の創造など地域社会の価値向上に重要な役割を果たす。

昨年までの円安基調や訪日ビザ発給要件の緩和などを背景に、アジア諸国を中心に、訪日外国人旅行者が近年急増しており、その旅行消費額も高い伸びを示している。アジアの経済成長は今後も続くことが予想されており、観光はアジアの成長する力を東京の成長と地域活性化に活かす最重要分野である。こうしたなかで開催される2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会は、世界に東京の魅力を発信する絶好の機会となる。4年後に向けて、東京の魅力向上に資する観光資源の磨き上げや開発、そしてハード・ソフト両面のインフラ整備を加速する必要がある。

一方、世界の観光需要が増加する中で、旅行者誘致を巡る都市間競争が一層激化している。東京は、国際的なハブ機能の向上をはじめ文化・交流分野の機能強化、外国人旅行者の受入環境整備を着実に進めることで、世界に冠たる観光都市として、更に発展していかなければならない。それと同時に、東京は日本観光のゲートウェイ、また旅行者を日本各地へ送り出す役割を果たすべきである。東京と地方は、それぞれの持つ魅力を高め、その違いを際立たせることによって、相互に補完・協力し合うことにより、全国に経済効果を波及させることが重要である。

政府では、本年3月、観光先進国の実現に向けて、2020年の訪日外国人旅行者数4,000万人、同年の訪日外国人旅行消費額8兆円などの新たな目標を設定し、観光振興への取り組みの方針を「明日の日本を支える観光ビジョン」として策定した。

こうした中、東京都は、観光を巡る環境の変化に対応し、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図っていく必要がある。

東京商工会議所は、インバウンドの拡大や地域の観光振興の旗振り役、観光ビジネスの推進役として、今後も積極的に貢献していく所存である。以下は、観光振興に係る内容を中心に「まちづくり」や「観光インフラ」等に係る内容も含めて、世界に冠たる観光都市・東京の実現に向けて重要な事項を幅広い観点から意見を取りまとめたものである。

[目標設定のあり方]

東京都長期ビジョンにおいて、2020 年までに年間 1,500 万人、2024 年までに年間 1,800 万人の訪都外国人旅行者数が目標設定されている。2015 年の訪都外国人旅行者数は、既に 1,189 万人に達しており、政府が「明日の日本を支える観光ビジョン」において新たな目標を設定したことも踏まえ、さらに高い目標を設定すべきである。

また、観光都市としての持続的な発展に向けて、現状の旅行者数のみならず、直接的な波及効果をもたらす「旅行消費額」「外国人リピーター数」を新たに設定すべきである。さらに、長期ビジョンで設定されている観光分野における主な数値目標については、進捗状況を毎年確認することが望ましい。

旅行者数の推移



出所:JNTO、東京都

政府と東京都の目標設定の比較

2020 年目標	政府	東京都
訪日外国人旅行者数	4,000 万人	1,500 万人
訪日外国人旅行消費額	8兆円	未設定
地方部での外国人延べ宿泊者数	7,000 万人泊	未設定
外国人リピーター数	2,400 万人	未設定
日本人国内旅行消費額	21兆円	未設定

出所:政府「明日の日本を支える観光ビジョン」、東京都「東京都長期ビジョン」

東京都の観光分野における主な数値目標

【観光政策】
訪都外国人旅行者数 年間1,500万人(2020年)
訪都外国人旅行者数 年間1,800万人(2024年)
外国人旅行者の無料Wi-Fi利用環境に関する満足度 90%以上(2020年)
国際会議の開催件数 世界トップスリーに入る年間330件(2024年)
【多言語対応】
都道における道路標識の英語併記化 都内全域完了(2020年)
デジタルサイネージの歩行空間での設置 100基程度(2019年度)
多言語による診療体制の整備 全都立・公社14病院(2020年)
【ボランティア】
都市ボランティアの育成 1万人(2020年)
外国人おもてなし語学ボランティアの育成 3万5千人(2019年度)
観光ボランティアの活用 3,000人(2020年)
おもてなし親善大使の育成 1,000人(2020年)
【観光案内機能】
「街なか観光案内」の展開 10エリア(2019年度)
観光案内窓口の拡充・機能強化 10エリア内に200か所程度(2019年度)
【無料Wi-Fi】
観光案内サイン周辺 600基程度アンテナを設置(2018年度)
歩行空間に整備するデジタルサイネージ 100基程度アンテナを設置(2019年度)
すべての都立文化施設(2016年度)
全ての都立庭園・動物園(2015年度)

【バリアフリー化】
観光地や大会競技会場周辺等の道路のバリアフリー化の完了(2020年)
地下鉄大駅で段差なく移動できるルートの確保(2020年度)
【景観】
センター・コア・エリアにおける都道の無電柱化(2019年度)
景観上重要な歴史的建造物の選定対象・件数の拡大(2020年度)
【自転車】
自転車走行空間の整備 264km(2020年)
広域的なシェアサイクル 臨海エリア等で展開(2020年)
【芸術文化】
上野等で芸術文化拠点の魅力向上(2020年)
全都立文化施設で多言語対応を完了(2020年)
全都立文化施設で開館時間を延長(2020年)
文化施設の広域共通パスを導入(2020年)
【新たな賑わい創出】
オープンカフェの展開等賑わいの創出 2地区(虎ノ門・丸の内) 2020年
隅田川における恒常的なにぎわい創出 4エリア(浅草、両国、佃・越中島、築地) 2024年度
【東京港へのクルーズ客船誘致】
大型クルーズ客船ふ頭の整備を完了(2019年)
クルーズ客船入港回数 113回(2020年)
クルーズ利用客数 21万人(2020年)

出所:東京都「東京都長期ビジョン」

Ⅱ. 具体的な意見事項：今後の重点的な観光施策の展開

1. 消費拡大に向けた観光経営

観光産業は、交通・旅行・飲食・宿泊はもとより、小売・流通・食品・製造・レジャー産業など、幅広く多岐にわたっており、経済への大きな波及効果が期待できる。2015 年の訪都旅行者の消費額は5兆9千億円であり、2014 年の観光消費による経済波及効果は、都内製造業の生産額の2倍程度に相当する12兆円に達する。

その一方で、わが国の観光産業は、優れた企業が多数存在するものの他業種との比較において、生産性の低さが指摘されており、労働力人口が減少するなかで、深刻な人手不足が生じている。また、東京においても多くの地域や中小企業は、外国人旅行者のニーズに十分に対応することができず、需要を取り込む余地は非常に大きい。

今後、観光を東京の成長を牽引する基幹産業に飛躍させていくためには、ICT（情報通信技術）の活用やイノベーションなどを通じて、観光産業全体の生産性向上を図りつつ、インバウンド需要への対応や業種を超えた協働関係の構築によって、地域の経済効果を高めるとともに、観光産業を担う人材の育成と確保を図る必要がある。

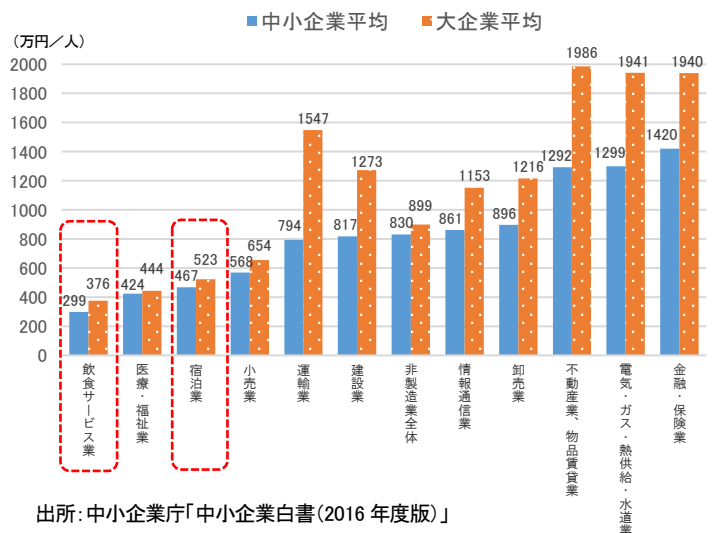
さらに、規制・制度改革は、生産性向上や投資拡大、新市場の創出などに繋がる有効な手段である。意欲ある地域や中小企業が観光分野で力強く事業に挑戦できるよう経済社会のさまざまな規制や制度を観光のニーズに適合するよう改めていくことを期待する。

(1) 地域・中小企業のインバウンド対応力向上

外国人旅行者の増加や免税制度の拡充によって、都心部の大型店やチェーン店等で売上の伸びが目立つ一方、多くの地域や中小企業ではインバウンド需要を取り込めていない。その理由としては、旅行者が訪れる地域や店舗が一部に集中しているほか、特に中小企業においてはインバウンド需要を取り込むための知識・ノウハウ、人材等が不足しており、十分に対応できていない。旅行者向けにサービスの提供や商品の販売を行う事業者や、これから観光の視点を事業に取り入れていく事業者が、外国人旅行者のニーズ等に適切に対応できるよう多言語対応をはじめマーケティング、商品開発などに対する支援が必要である。

また、わが国の飲食・宿泊業は、他業種と比較し、労働生産性の低さが指摘されている。創意工夫による業務効率化を後押しするため、ベストプラクティスの普及や予約・顧客管理・プライシングのマネジメントを可能にするクラウドサービス等のICT利活用、オペレーションの効率改善等の支援策を一体的に推進されたい。

非製造業における労働生産性の比較

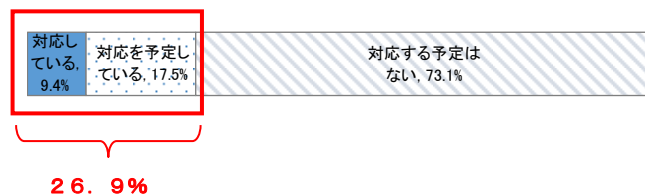
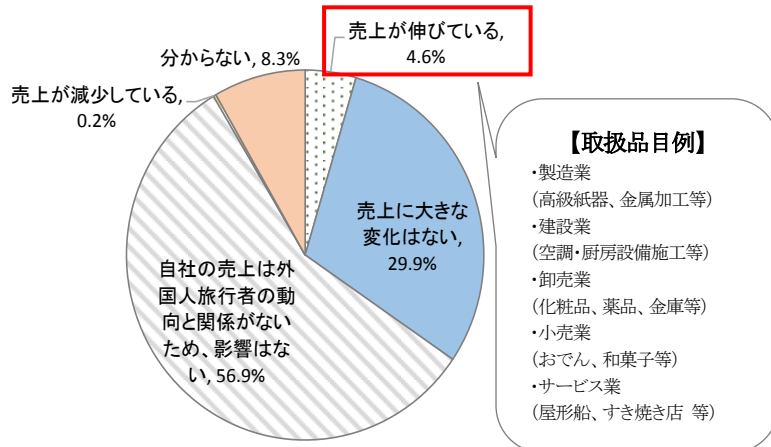


外国人旅行者の増加に伴う直接的・間接的な影響

○1年前と比較した外国人旅行者の増加に伴う貴社の直接的・間接的な売上への影響について（有効回答企業数:805 社）

○外国人旅行者の需要獲得に向けた対応状況について

※「自社の売上は外国人旅行者の動向と関係がない」とした企業は母数から除く（有効回答企業数:342 社）



※805 社の内、資本金 1,000 万円未満（個人事業主含）は 461 社（57.3%）、同 1,000 万円超は 344 社（42.7%）。

出所：東京商工会議所「東商けいきょう 2015 年 10-12 月期」

【参考】

- ・ 2016 年 4 月時点の免税店舗数は 35,202 店。このうち、東京は 9,040 件で全国 1 位。昨年 4 月の制度改正で一括カウンターを運営する第三者にまとめて免税手続きを委託できる「手続委託型輸出物品販売制度」が創設され、商店街等での活用が期待される。

（２）観光産業を担う人材の育成と確保

観光産業を支える人材からマネジメント人材まで、多様なニーズに応える人材の育成を推進し、観光産業全体の質の向上や人材の確保を図ることが求められる。観光を推進している大学や専門学校と産業界の間で、カリキュラムや育成方針を議論する場を設定し、実践的な対応力のある人材の育成を加速されたい。

訪日外国人旅行者対応を担う人材として、高度な知識を持つ外国人留学生の採用意欲が高まっている。海外留学生をインターンシップで受け入れた事例では、日本人では常につきまとう言語やコミュニケーションの障壁が低く、円滑な外国対応が可能なことから、非常に好評であったと聞く。一方で、約 7 割の留学生が日本国内の企業に就職を希望しながらも、就職活動の分かりにくさや在留資格の制約などから実際に就職するのは 3 割程度である。観光産業において、外国人留学生の採用・定着を促進するため、中小企業と外国人留学生のマッチング支援やインターンシップ支援を推進するとともに、国に対して留学生の就労ビザの要件緩和を働きかけられたい。

【参考】

- ・ 訪日外国人旅行者が急増するなか、外国人材の観光産業への活用を図り、外国人旅行者に対するホテル等における接遇を向上することが求められている。
- ・ 一方で、ホテル分野の専門学校で学ぶ留学生が卒業後に国内のホテルに就職する場合の「在留資格変更許可」の対象業務については、フロント、通訳、コンシェルジュなどに限定されており、飲料部門やロビーサービス、客室部門には原則就職することができない。

(3) 宿泊施設の充実と多様化

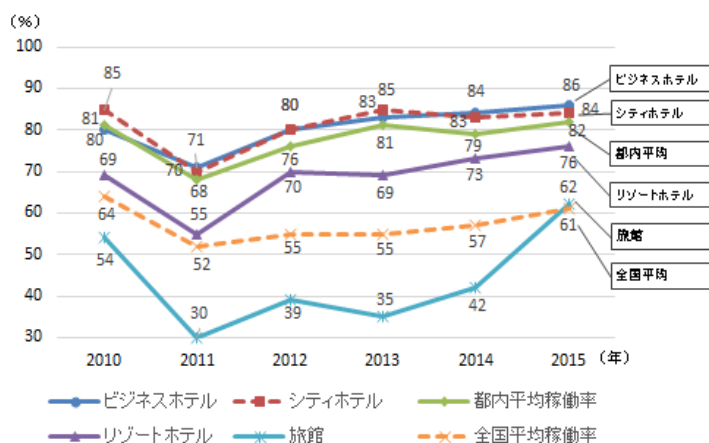
訪日外国人旅行者の急増によって、都市部においてホテルを主とした宿泊施設の需給が逼迫している。宿泊施設の供給制約が訪都の阻害要因とならないよう、宿泊施設の新設・更新に対する民間投資を促進するため、税制上の優遇措置や地域活性化ファンドの活用、公的融資制度の充実など金融上の支援措置を拡充されたい。

旅館は、観光振興の重要な担い手であるとともに、施設そのものが観光資源である。東京においても未だ宿泊者受入の余地が大きく、イメージアップに向けたブランド化の取組やF I Tに向けた情報発信の強化を進めていくことが必要である。また同時に、外国人のニーズにあった、トイレ等施設の改修、外国語の案内表記、無料公衆無線LANの設置、泊食分離料金の導入、カード決済への対応、I C T活用による業務効率化等に取り組むことで、増大するインバウンドの受け皿になることが期待され、こうしたイノベーションに積極的に取り組む事業者への重点的支援が求められる。

また、旅館の安全性の確保は、災害時等の避難施設としての利用も有効であることから、改正耐震改修促進法に基づく耐震診断・改修に対する支援を継続・拡充されたい。

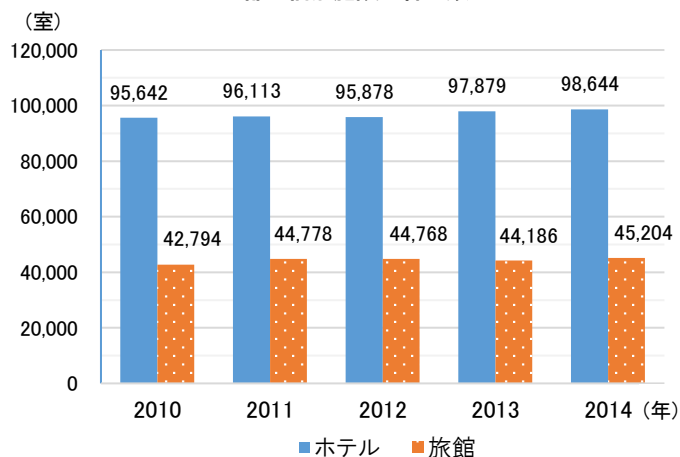
宿泊施設の多様化は、旅行者の選択肢を増やし、新たな需要を創出するとともに、古民家や空き家等の既存ストック、別荘やコンドミニアム等の遊休施設の活用は社会課題解決にも有効である。こうしたなか、自宅等を宿泊施設として活用する民泊については、都市部のみならず、宿泊施設の不足等を背景に滞在型観光が進まない地域や、農林漁村体験、田舎生活体験が可能な地域にも有効な取り組みであり、地域経済の潜在成長力を高めるものである。そのため、地域の特性やニーズを踏まえたうえで、衛生・安全の確保と観光の促進を両立させる制度設計の検討を官民一体となって進める必要がある。

都内客室稼働率



出所:観光庁

都内宿泊施設の客室数



出所:厚生労働省

【参考】

- 政府では、民泊を活用するため、旅館業法の政令を改正し、4月1日より施行した。民泊を旅館業法上の簡易宿所に位置付けることで、民泊サービスを繰り返し提供する貸し手は、営業許可の取得が義務化される。行政側が民泊の実態を把握することが容易になり、衛生・安全の確保や近隣住民とのトラブル防止、既存の宿泊施設等との競争環境の整備が期待される。また、民泊を旅館やホテルとは別のサービスと位置づけ、届出や登録で住宅を提供できるようにする法整備も検討されている。

- ・ 国家戦略特区の特例措置である短期滞在の外国人向け滞在施設の旅館業法の適用除外（外国人滞在施設経営事業）は、国家戦略特区法施行令の規定により、指定区域における条例制定が必要。現在、東京都大田区と大阪府・大阪市で条例が制定され、1月から大田区で事業が開始されている。
- ・ 青森市では、去年の規制緩和により認められたイベント民泊（開催自治体の要請を受け、期間を限定して自宅を旅行者の宿泊施設として提供）を、ねぶた祭り開催時に実施。今後、各自治体での取り組みの普及が求められる。
- ・ 国が宿泊施設の整備に着目した容積率緩和制度を創設したことを受けて、東京都はホテル用地の容積率を最大 300%上乗せする運用基準を 6 月 24 日より施行。
- ・ 日本政策投資銀行や地域経済活性化支援機構等は、「観光活性化マザーファンド」を設立し、地域金融機関等との連携により、古民家を宿泊・飲食等の施設に再生。
- ・ 葛飾区は、老朽化した旧職員寮を外国人旅行者が割安な価格で利用できる宿泊施設に転用。

（４）キャッシュレス旅行のための環境整備

欧米の旅行者は、クレジットカードでの決済が主流であるため、現金決済が中心である中小規模の飲食店・小売店や、外国人旅行者の利用が増加している旅館や鉄道・タクシー、美術館・博物館等に対しても、支払手段としてクレジットカードの利用が一層進むよう普及啓発や導入支援など決済環境の整備を促進されたい。

また、海外発行のクレジットカードやキャッシュカード対応ＡＴＭの設置については、ゆうちょ銀行とセブン銀行が既に対応しているほか、メガバンクが平成 27 年度より順次設置しており、これにより都市部では、現金の引き出しに関する環境が整いつつある一方で、都市部以外の主要駅や観光地では対応が緒に就いたばかりである。外国人旅行者の消費行動における利便性を向上させるため、海外発行のカード対応ＡＴＭの設置を促進するとともに、ＡＴＭの場所や利用方法について外国人旅行者への周知を図られたい。

（５）統計の整備と観光ビッグデータの利活用促進

地域別の旅行者数、宿泊施設の客室数・稼働率や空港容量、交通手段、通信環境など、正確な基礎データの整備が不可欠である。国との連携のもと、こうした観光統計を早急に整備し、地域に対して一元的に提供されたい。

また、観光産業の生産性向上に向け、ビッグデータを活用して外国人旅行者のニーズや満足度、行動等の情報を収集・分析し、マーケティング等に活用することが重要である。

（６）地域資源の活用と観光産業の担い手確保に向けた規制改革

行政手続きの効率化、特区制度の活用や国への働きかけなどを通じて、以下の項目について規制改革を実現されたい。

①道路空間の利用に係る手続きの簡素化

国際的なイベントの実施や多言語看板、オープンカフェの設置等に係る道路空間の利用には、道路交通法に基づき所轄警察署長による道路使用許可が必要であるが、許可の柔軟

化や手続き等の簡素化を図るべきである。

②河川観光船の運航に係る手続きの簡素化と船着場の一般開放の促進

河川、運河、川辺を活かした観光を推進するため、予め許可された水域で継続して旅客船事業を営んでいる河川観光事業者に対しては、同水域内であれば、柔軟な航行プランを企画・航行できるよう、運航に係る届出手続きの簡素化を図られたい。また、都や区をはじめ国、民間事業者など様々な主体が設置・管理する船着場については、一般開放の一層の促進が求められる。

③地域限定旅行業における旅行業務取扱管理者の選任要件緩和

ホテル・旅館や観光協会・観光案内所などが旅行商品を企画・販売し、地域におけるコンシェルジュ機能としての役割を果たせるよう、旅行業法における地域限定旅行業への参入促進を図る必要がある。しかしながら、旅行業法では、地域限定旅行者においても、営業所ごとに旅行業務取扱管理者を選任し、常勤専従させることが求められているため、その人材の確保や育成などの負担から普及が遅れている。そのため、地域限定旅行業における旅行業務取扱管理者の選任については、旅行者等の他業種との兼任を認められたい。

【参考】旅行業法の登録制度の概要（業務の範囲と登録要件の概要）

		登録行政庁 (申請先)	業務範囲				登録要件		
			企画旅行(注1)		受注型	手配旅行	営業保証金 (注2)	基準資産	旅行業務 取扱管理者 の選任
			募集型	海外					
旅行者	第1種	観光庁長官	○	○	○	○	7,000万 (1,400万)	3,000万	必要
	第2種	主たる営業所の 所在地を管轄する 都道府県知事	×	○	○	○	1,100万 (220万)	700万	必要
	第3種	主たる営業所の 所在地を管轄する 都道府県知事	×	△ (隣接市町村等)	○	○	300万 (60万)	300万	必要
	地域限定	主たる営業所の 所在地を管轄する 都道府県知事	×	△ (隣接市町村等)	△ (隣接市町村等)	△ (隣接市町村等)	100万 (20万)	100万	必要
旅行者代理業		主たる営業所の 所在地を管轄する 都道府県知事	旅行者から委託された業務				不要	—	必要

観光圏内限定 旅行者代理業	観光圏整備実施計画 における 国土交通大臣の認定	旅行者から委託された業務 (観光圏内限定、対宿泊者限定)	不要	—	研修 修了者で 代替可能
------------------	--------------------------------	---------------------------------	----	---	--------------------

(注1)「企画旅行」とは、あらかじめ(募集型)又は旅行者からの依頼により(受注型)、旅行に関する計画を作成するとともに、運送又は宿泊サービスの提供にかかる契約を、自己の計算において締結する行為。

(注2)旅行業協会に加入している場合、営業保証金の供託に代えて、その5分の1の金額を弁済業務保証金分担金として納付。また、金額は年間の取扱額が2億円未満の場合であり、以降、取扱額の増加に応じて供託すべき金額が加算。

出所：観光庁

- ・ 構造改革特区では、旅行業務取扱管理者が他の業種との兼任でも地域限定旅行業に登録できる特例措置が講じられている。

④外国人が働きながら日本料理を学ぶための在留資格の要件緩和

海外において和食の人気の高まるなか、日本料理を正しく普及・発信できる外国人材の育成が求められる。しかしながら、出入国管理及び難民認定法では、調理業務の従事については就労の在留資格が原則として認められておらず、日本国内で日本料理を働きながら学ぶ外国人は、無報酬や社会保険の対象外、客への料理提供ができない等の課題がある。

このため、日本料理の海外への普及を図ることを目的として、外国人が有償で働きながら日本料理を学ぶことができるよう在留資格の要件を緩和されたい。

【参考】

- ・ 総合特区に基づく「特定伝統料理海外普及事業」によって、京都市では外国人が日本料理を有償で働きながら学ぶことができる規制の特例措置が講じられている。
- ・ 日本料理を海外に普及させることを目的とした日本料理海外普及人材育成事業では、日本の調理師学校を卒業し、調理師免許を取得した外国人について、農林水産省が認定した場合、日本国内の和食店で2年以内の調理業務に従事するための在留資格「特定活動」が発給される。

⑤小規模・臨時飲食店営業における許可要件の明確化

飲食店営業については、食品衛生法に基づき、都道府県等が公衆衛生の見地から条例で必要な基準を定めることとされており、営業を営もうとする場合は、同法の規定により、都道府県の許可が必要とされている。

テラス席のカフェ・レストラン営業、マルシェ等の移動販売や屋台などは、都市の賑わい創出に有効であることから、こうした取り組みを推進するためにも、所管保健所における営業許可要件の明確化とともに、事業者にわかりやすい形での公表を行うべきである。

（７）持続的な観光都市経営の実現に向けた体制整備

2015年の訪都旅行者による観光消費額は約5.9兆円、生産波及効果は推計で12兆円を超え、2014年における税収効果で4,011億円という規模になる。これら都内経済への貢献度を踏まえた上で、観光を地域経済の好循環を生み出す成長産業と捉え、東京都における観光振興予算の継続的な拡充を求める。

東京都は、持続的な観光都市経営を推進するため、産業労働局観光部を中心に、観光に関わる施策を総合的に調整・実施する体制を構築している。今後の多岐にわたる観光施策の推進に向けて、庁内の部局間連携はもとより、国及び他自治体間との連携を強化するとともに、幅広い民間事業者の参画の下、観光事業を迅速に展開すること望む。

2. 観光都市・東京の更なる魅力向上

東京は、洗練された都心部や最先端の技術に加え、水辺空間や歴史的な建造物、豊かな自然、そして伝統文化からアニメやファッション等のサブカルチャーまで多様で豊富な観光資源を有している。

また、旅行者が東京を訪れた際に、「東京独自の価値」を体験できる経験として、日本食、人との出会い、日本庭園、花見・紅葉、高層ビル、商店街めぐりなど東京に住む人の様々な日常生活を挙げるができる。こうした人・モノ・コト・街の魅力を旅行者が短期間で体験するには、まち歩きがもっとも適しており、治安の良さや二次交通網の充実度などから、東京ほどまち歩きに向いている都市は海外にもあまり例がない。

一方で、旅行者誘致を巡る都市間競争が激しさを増す中、東京が世界に冠たる観光都市の高みを目指すためには、更なる魅力向上が不可欠である。事実、海外の観光都市ランキングによると、東京はロンドンやパリ、ニューヨークなどの欧米の観光先進都市を下回っているだけでなく、同じアジア地域のハノイ（ベトナム）やバンコク（タイ）、香港（中国）等にも後れをとっている状況である。

こうしたことから、これまで以上に観光の視点に立ったまちづくりを推進するとともに、観光先進都市の取組に学び、旅行者の興味や関心に合わせて観光資源の開発・磨き上げを進めていくことが必要である。

世界の人気観光地ランキング 2016

順位	都市(国名)	13位	ドバイ(アラブ首長国連邦)
1位	ロンドン(イギリス)	14位	サンクトペテルブルク(ロシア)
2位	イスタンブール(トルコ)	15位	バンコク(タイ)
3位	マラケシュ(モロッコ)	16位	アムステルダム(オランダ)
4位	パリ(フランス)	17位	ブエノスアイレス(アルゼンチン)
5位	シェムリアップ(カンボジア)	18位	香港(中国)
6位	プラハ(チェコ共和国)	19位	プーエルト・ベリタス(メキシコ)
7位	ローマ(イタリア)	20位	ケープタウンセントラル(南アフリカ)
8位	ハノイ(ベトナム)	21位	東京(日本)
9位	ニューヨーク(アメリカ)	22位	クスコ(ペルー)
10位	ウブド(インドネシア)	23位	カトマンズ(ネパール)
11位	バルセロナ(スペイン)	24位	シドニー(オーストラリア)
12位	リスボン(ポルトガル)	25位	ブタペスト(ハンガリー)

出所:トリップアドバイザー

(1) 観光の視点に立ったまちづくりの推進

①景観の改善・保全に向けた電線類の地中化・無電柱化の推進

電線類の地中化・無電柱化は、安全で快適な通行空間の確保をはじめ、良好な景観の形成、歴史的街並みの保全、災害の防止などに大いに寄与する一方で、多額の費用を要し、関係者の調整に時間がかかることなどから、諸外国に比べ進捗が遅れている。本年4月より電線等の埋設物に関する設置基準が緩和され、より低コストで整備を進められるようになったことから、都心部や観光地など旅行者の入込が多い地域を中心に取り組みを一層強化し、2020年までに着実に成果を出すべきである。

また、まちなかの景観改善を図るために、街並みと調和した屋外広告・看板設置のあり方の検討や、店舗におけるファサードの整備などを進めることを期待する。

②まち歩き観光を促進する街路空間の整備

交通量の多い都心部や観光地において、旅行者が安全で快適なまち歩きを楽しむためには、車中心から歩行者中心の街路空間の整備が欠かせない。地区内外を連続させた歩行者ネットワークの形成による安全性・回遊性の確保や保水性舗装・遮熱性舗装、街路樹整備による路面温度の上昇抑制に加え、滞在時間拡大のためベンチ・公衆トイレ等の設置を推進されたい。

③自転車走行空間の整備とシェアサイクルの利用促進

自転車を、生活に密着した交通手段としてだけでなく、観光における移動手段や公共交通の補完的な役割として位置付け、都道・国道・区道などをつなぐ自転車走行空間の整備や駐輪場の確保など、安全で快適な利用環境を充実させる必要がある。また、自転車シェアリング事業の更なる利便性の向上を図るため、国道等の国の施設や都市公園に専用駐輪施設の設置が可能となるよう国に対して働きかけを行われたい。

④先進的かつ集中的なバリアフリー化の推進

2020年大会の開催を見据え、空港・駅から大会会場までのルートをはじめとして、駅周辺の地下通路、大会会場周辺や大規模商業施設など旅行者が多く訪れるエリアにおいて先進的かつ集中的なバリアフリー化を推進されたい。

【参考】

- ・ 都内の約9割の駅でホームから出入口まで段差なく移動できる経路が1ルート確保されているが、複数の出入口が離れた位置にある駅や乗換えに段差のある移動を伴う駅において、エレベーターの設置などバリアフリー施設整備を促進していく必要がある。

⑤安全・安心のまちづくりの推進

観光振興を持続的に進めていくうえで、東京を訪れる旅行者、東京の生活者の双方が、治安の良さや安心を実感できるまちづくりを推進することが必要である。地域においては、自治体をはじめ商店街や自治会・町内会等と連携し、プライバシー保護に配慮した適切な運用を前提に、駅前・商店街等への防犯カメラ設置や、地域住民が担い手となっている防犯パトロールなど自主防犯活動の展開が有効である。とりわけ、防犯カメラの設置・維持管理にあたっては、多額の費用を要することから、更なる支援を期待する。

(2) 観光資源の磨き上げによる賑わい創出

①旅行者にとって魅力ある歴史的建築物の活用促進

観光にとって魅力的な資源となる古民家・町屋や武家屋敷をはじめとする歴史的建築物が数多く残されているが、関連法制の煩雑な手続きや縦割り行政により、他の観光先進国の取り組みに比して、その活用が進まない。国家戦略特区の対象分野として、歴史的建築物の活用が取り上げられ、全国での建築基準法、消防法の規制緩和や特区内での旅館業法の特例が認められたところであるが、日本文化の発信や、増加する外国人旅行者のニーズへの対応等を図るため、歴史的建築物等を宿泊施設やレストラン、オフィスなどへの活用をさらに促進されたい。

【参考】

- ・ 東京には約 50,000 軒の古民家（1950 年以前に建てられた木造の住宅等）が現存する。古民家や日本的なまちなみは外国人からの人気・関心が高い。日本政策投資銀行の調べによると、訪日外国人観光客の古民家への宿泊ニーズを満たすためには、推計 7,390 棟の古民家が必要であり、地域へもたらす経済効果は、約 380 億円である。

②商店街の空き店舗等を活用した交流人口の拡大

地域に点在する商店街の空き店舗や廃校などの「空き建築物」は、地域の観光資源やコミュニティスペースとして活用することで、交流人口の拡大に寄与できる。しかしながら、建築基準法の規制上、既存不適格建築物となる場合が多く、用途変更を行う場合は、現行基準に合わせるための改修を行った上で建築確認申請を行う必要があるだけでなく、相当の費用が必要となることや、建築物本来の味わいが失われてしまうといった問題がある。地域に眠るこうした空き建築物の再利用が促進されるよう、建築基準法上の規制に関する課題検討とともに、その支援策を推進されたい。

【参考】

- ・ 豊島区では、空き建築物のリノベーションを核としたまちづくりを展開。行政が空き家活用の条例化や認証制度に基づいた融資制度などの環境整備を行なうことで、民間事業者が空き家を店舗や子育て世帯向けの住居に再生することを促す。

③都市公園・海上公園を活用した都市の魅力向上

東京には、多くの都市公園や水辺でレクリエーションを楽しめる海上公園が整備されている。こうした緑とオープンスペースは、これまでも観光振興や賑わいの拠点として、地域の活性化等に寄与してきたが、今後はさらに地域の特性やニーズに応じた整備・管理運営を促進する必要がある。民間事業者等による公園の魅力向上に寄与する飲食店等施設の設置促進や公園内の既存施設等の収益向上を図り、公園管理の質の向上に収益を充当する仕組みを促進されたい。

【参考】

- ・ 富岩運河環水公園（富山県富山市）では、飲食店を設置・管理する民間事業者を県が公募し、スターバックスコーヒーが全国で初めて都市公園に出店。
- ・ 千秋が原南公園（新潟県長岡市）は、冬でも遊べる全天候型屋根付き施設と地域子育て支援拠点を一体的に整備。

（３）新たな視点による魅力ある観光資源の開発

水辺の周辺には、歴史的な観光資源があり、これらを繋ぐ舟運自体にも、観光や移動手段として価値がある。新たな舟運ルートの開発に対する支援、運航に係る届出手続きの簡素化を行うとともに、船舶が運行するための川幅や川底等の環境整備、防災船着場の平常利用を推進されたい。さらに、駅やバス停留所などの公共交通機関や観光エリアから船着場までの案内や誘導が充分ではなく、船着場がわかりにくいといった指摘がある。このため、案内誘導サインの充実や船着場自体の統一ロゴマークの整備など利用者の利便性向上

が求められる。

また、近年、河川法の運用の弾力化が図られているが、観光先進国に比べ水辺の観光施設等の整備が遅れ、水辺の活用が進んでいない。水辺空間の賑わい創出に向けて、従来のテラスやオープンカフェの整備に加え、ライトアップによる演出、夜間の時間帯に充実したナイトライフを楽しめる場の確保などを進められたい。

(4) スポーツ・文化芸術・食文化に着目した観光資源の活用

各地域の魅力ある文化芸術や郷土芸能、祭り、スポーツイベント、食文化、大規模な公共インフラは、地域の貴重な観光資源であり、有効に活用することで、交流人口の拡大につなげることができる。特に、ラグビーワールドカップ 2019、2020 年東京オリンピック・パラリンピック競技大会、2021 年関西ワールドマスタースゲームは、日本・東京にとって、スポーツイベントを通じた観光振興への取り組み強化の契機となることが期待される。

また、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く、祭り・郷土芸能や文化芸術・アニメ等を観光資源として活用することは、東京への誘客を促し、新たなファンづくりにつながる。さらに、2020 年東京オリンピック・パラリンピックの文化プログラムとして活用することも有効であり、国・都・地域が一体となり、文化プログラムと連動した地域の観光振興を強力に推進していくことが求められる。

加えて、東京は和食から世界各国の料理、B級グルメから一流の料理人による高級料理まで、豊富で多様な食を楽しむことができる。こうした東京の食文化を観光資源として効果的にPRするとともに、東京産食材の活用やブランド化も鋭意推進されたい。

【参考】

- ・ 従来、文化財行政は、一定の規制の下、保存・継承を図ることを中心に展開されてきたが、昨今、文化庁では、地域の歴史、文化、伝統に関する「日本遺産」認定制度を設けるとともに、重要文化財・重要伝統的建造物群保存地区などの公開を促進する支援事業を行っている。
- ・ 昨年 10 月には、スポーツ庁が設置され、「地域スポーツコミッション」への支援等、スポーツによる地域・経済活性化への取り組みを強化している。
- ・ 2012 年ロンドンオリンピック・パラリンピック競技大会では、大会の 4 年前から演劇や音楽、ダンス、美術、文学、映画、ファッション等の多角的な文化や英国の魅力を紹介する文化プログラムが企画され、参加者数は延べ 4,340 万人、総事業費は 220 億円にのぼり、ロンドンだけではなく英国全土 1,000 カ所以上で実施された。わが国においても、日本各地の文化資源を積極的に活用し、日本の文化芸術によって、世界の人々を魅了し、様々な人が参画できるイベントやプロジェクトが実施されることが期待される。

(5) 地域の観光関連団体の活動の支援強化

観光を地域活性化につなげていくためには、地域の観光関連団体が、各種データを収集・分析し、明確なコンセプトを持った観光戦略を策定した上で、自ら魅力ある観光資源の開発や、受入環境整備を進めることが期待される。また、他地域等との連携による魅力の多様化や広域・周遊化を図り、効果的・継続的な情報発信を行い、一定の収入を確保し観光

振興を事業として確立することが必要である。こうした持続的な観光地域経営を推進するために、東京都は事業遂行に必要な財源を確保し、地域の観光関連団体の取り組みを継続的に支援されたい。

なお、政府では日本版DMOの登録制度を創設し、財政支援や関係省庁連携チームによる支援体制を構築した。地域の観光関連団体がDMOへの登録を希望する場合は、国との連携のもと、適宜支援を講じられたい。

【参考】

- ・ 東京都は 2002 年から、観光振興のための事業経費に充てるため、都内の旅館またはホテルに一定の金額以上の料金で宿泊した場合、宿泊税を課税している。平成 26 年度の宿泊税収入額は過去最高の 16 億円。

3. 魅力の発信と効果的な誘致活動

インバウンドの更なる成長に向けては、旅行地としての東京を強く印象づける東京ブランドを確立し、国内外に浸透させていくことが重要である。また、為替変動など市場環境が悪化した場合においても、訪日旅行を継続してくれるリピーターの拡大や、訪日旅行市場の7割を占める東アジア以外の国・地域からの誘客が必要である。特定の地域に依存した誘客は、経済・社会情勢により大きな変動が生じる可能性を有しており、安定的な訪都外国人旅行者を確保するためには、東アジアだけに頼らない欧米など多様な国からの誘客を戦略的に進めていく必要がある。特に、観光先進国である欧米からの誘客は、長期滞在型旅行商品の開発や文化資源の活用促進、街並みや自然景観の保全など、日本の観光産業のイノベーションに資するものとして期待される。

また、地域に大きな経済効果をもたらす国際会議等のMICEについては、アジア地域において誘致競争が激化していることから、ハード・ソフト両面での継続的な支援の充実が必要である。

さらに、首都であり、2020年大会の開催都市である東京には、日本観光のハブとして、またゲートウェイとして旅行者を各地に送り出す送客装置の役割を担っている。このため、旅行者が東京と各地の双方を訪れるよう誘致を進めるとともに、日本各地との広域連携を強化して、観光振興の効果を全国に波及させていくことが重要である。

(1) 東京ブランドの発信と観光プロモーションの戦略的な展開

①多様な国・地域からの誘客に向けたプロモーションの実施

訪日外国人旅行者のうち東アジアからの旅行者が全体の約7割を占める一方で、長期滞在の傾向が強い欧米の旅行者は全体の約1割である。日本の歴史・文化に高い関心を有しつつもまだ十分に組み込めていない欧米からの訪日需要を確実に取り込むべく、各国に設置されている観光レップの活動強化やオールジャパンの発信拠点「ジャパン・ハウス」の有効活用、パリやニューヨークなどに代表される国際観光都市との相互PRなどを展開されたい。また、こうした欧米豪などの富裕な旅行者が円滑に訪都できるよう羽田空港におけるビジネスジェットの受入環境の改善を図られたい。

プロモーション等の展開にあたっては、海外からの評価が高いわが国のコンテンツの現地での活用が、訪日意欲を喚起するための有効な手段となる。東京都は、放送コンテンツ海外展開促進機構（BEA J）やJNTO等との連携を強化し、地域テレビ局が制作した観光番組や地域の祭り・伝統芸能をはじめとするコンテンツの海外発信を通じて、東京の魅力を常時展開するとともに、魅力あるコンテンツの供給を支援する施策の充実を図られたい。

【参考】

- ・ 東京都は、観光プロモーションの対象地域である欧州5都市（ロンドン・ミュンヘン・ミラノ・マドリード・パリ）、北米4都市（ロサンゼルス・サンフランシスコ・ニューヨーク・トロント）、豪州1都市（シドニー）、アジア2都市（北京・ソウル）に、観光レップを設置し、現地の情報収集と旅行エージェントやメディア等に対する東京観光の日常的なPR・セールス活動を行っている。

- ・ 東北六県商工会議所連合会は、昨年ミラノで開催された国際博覧会（万博）のジャパンデーに、「東北六魂祭パレード」を実施した。東北県都の6祭と福島県内の4祭に加え、海外でも人気の高い日本のキャラクターが参加したパレードを一目見るべく、沿道には6万人もの観客が詰めかけた。

②官民が連携した東京ブランドの推進

東京都は昨年3月、世界の旅行者に選ばれる旅行地としての「東京ブランド」の確立に向けて、「東京のブランディング戦略」を取りまとめた。東京の体験価値を「東京の日常に根ざした人・モノ・コト・街の魅力」と整理した上で、ブランドコンセプト・ロゴ（& TOKYO）を設定するなど、東京の多彩な魅力を表した内容となっている。

海外に向けて東京ブランドの浸透と定着を図るため、世界各国からの関心が高い大規模なイベントの機会を活かした効果的な発信が必要である。また、国内における一層の認知度の向上を図るために、都内各地域に根差した形での展開を広げ、2020年大会に向けて旅行者の受入機運の盛り上げにつなげていくことが重要である。

【参考】東京ブランドのロゴ・キャッチコピー

- ・ 「& TOKYO」は、都民、民間事業者、外国人旅行者など様々な人々が、東京の魅力や価値、東京への想いやそれぞれの活動などを「&」の前に入れて表現することができる。



③教育旅行など若者の旅行体験の促進

国内旅行市場は、予算・時間ともに余裕があるシニア層に支えられている。旅行市場を活性化し、地域を訪れる旅行者を増やすには、未来を担う若年層の旅行を促進する必要がある。年齢が若い旅行者ほど地域にとってのリピーターになりやすい傾向があるほか、旅行経験が多いほど、今後も更に旅行したいという意向を持つことを示す調査結果もある。こうしたことから、教育旅行の一層の促進や若者向けの優遇商品の造成など、若者の旅行体験を促進する取り組みを強化されたい。

また、訪日教育旅行においては、学校交流の受入に関する情報共有を図るためのワンストップ窓口の設置や、受入側となる学校の費用負担の軽減などが必要である。

（2）ビジネス需要の拡大と地域活性化に向けたMICEの促進

東京における国際会議の開催件数は、過去10年間で約4.3倍に大幅に増加しているものの、シンガポールやソウルなど競合都市に比べると遅れをとっている。アジア各都市は、国家戦略のもと大規模なMICE施設を整備するとともに、MICEの誘致・開催への支援強化や、専門人材の育成、そして誘致において重要な要素となる新たな観光資源開発を進めており、アジア地域におけるMICE誘致競争が激化している。

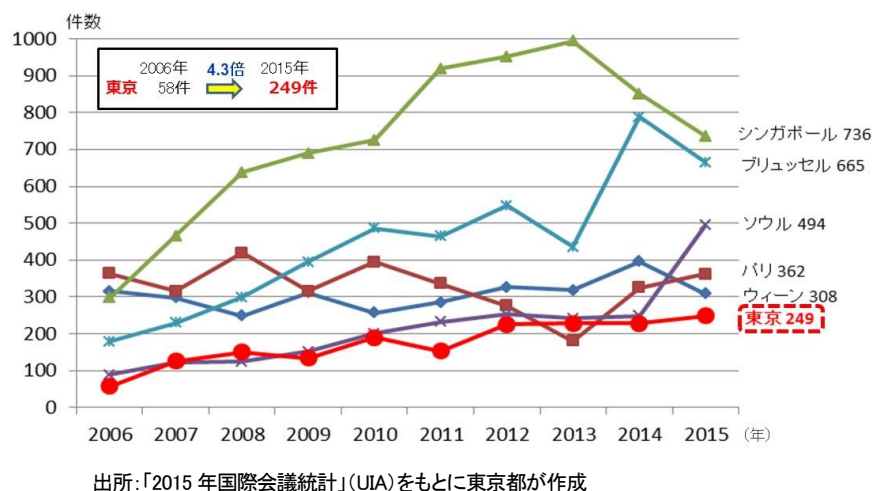
こうしたなか、MICE誘致を効果的に進めるためには、東京におけるMICE誘致の中核を担う東京観光財団のリーダーシップのもと、様々な関係主体が誘致・開催で連携を図るための仕組みを作り上げることが必要である。

また、MICEの誘致を巡る厳しい国際競争に勝ち抜くためには、MICE施設の受入

環境の充実を図ることが重要である。MICEを受け入れるための施設機能の強化に向けて、高機能型W i - F i や同時通訳システムの設置・導入など様々な環境整備を後押しされたい。

さらに、MI（ミーティング・インセンティブ）誘致においては、ユニークベニユーの充実が大きな決定要因となる。従って、都内のユニークベニユーとして利用可能な施設について調査を進めるとともに、ユニークベニユーの活用に係る各種規制の柔軟な運用等を通じて、歴史的建築物や文化施設をユニークベニユーとして積極的に活用できるよう鋭意取り組まれない。

世界各都市における国際会議の開催件数の推移



【参考】

- 福岡県福岡市では、川端商店街、櫛田神社、博多町家ふるさと館をユニークベニユーに、アフターコンベンションを実施。地元博多料理の提供や着物の着付け体験など、日本の文化体験や理解促進に向けて、地域が一体となって参加者をもてなした。

(3) 東京と日本各地の連携・相互交流の拡大

各地域の個性豊かな観光資源や観光拠点を、テーマ性とストーリー性を持たせて、複数の都道府県に跨って繋げる広域観光周遊ルートの形成・構築は、インバウンドのみならず、国内観光の活性化にも寄与する。広域連携は、地域経済を活性化し、各地の人々との相互交流を拡大する上で、極めて重要である。そのために、東京としては、旅行者を各地へ送り出す送客装置の役割を發揮する必要がある。

こうしたなか、東京都では、既に東北、中国・四国地方と連携した外国人旅行者の誘致を行っているほか、札幌市・京都市・福岡市・石川県と連携し、複数都市を周遊する報奨旅行の誘致を展開しており、今後も鋭意取組を進められたい。

また、東京の情報発信力や注目度を活かし、地方の魅力を伝えるショーケースとして東京の都市空間を戦略的に活用することは、広域連携の有効な手法である。オープンスペースや観光情報センター、民間施設等において、地方の伝統芸能・祭り・食のイベント開催を促進するとともに、このような全国各地への旅行者送客に貢献する取り組みに対する支援を期待する。

さらに、東日本大震災被災地である東北6県や関東地方沿岸部を訪れる旅行者は、日本全体の旅行者数から見ると大変低い割合であり、継続的な支援が必要である。特に依然として続く風評被害により、福島県を訪問する修学旅行生は震災前の水準の半分程度に留まっている。子ども農村漁村交流や防災・震災学習プログラム等による復興ツーリズムなど教育旅行の送客に向けた取り組みを推進されたい。

【参考】

- ・ 東京商工会議所は、関東運輸局や地方自治体等と連携し、関東観光広域連携事業推進協議会を設立し、訪日外国人への関東広域の魅力発信・受入環境整備等、関東広域での観光PRを促進。（協議会会長：佐々木東商副会頭、事務局：日本観光振興協会・東商）
- ・ 関東商工会議所連合会（東京・茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉・神奈川・山梨・静岡で構成）は、管内の商工会議所が連携して、各地にある観光資源をPRする「関商連観光情報リスト」を作成し、旅行会社へ商品化を働きかけた。

4. すべての旅行者に快適な受入環境の整備

2015 年の訪日外国人旅行者は、ビザ要件の戦略的緩和、為替円安やアジア諸国の経済成長に伴う中間所得層人口の増加などを背景に、想定を上回る勢いで増加し、1,974 万人に達した。世界全体の国際観光客数の堅調な伸びや、わが国と諸外国の旅行者の受入人数を比較しても、訪日旅行の更なる需要拡大が期待できる。

一方で、現下の訪日外国人旅行者の急増によって、首都圏空港の空港容量や貸切バス、大都市圏における宿泊施設の需給が逼迫しているほか、都市部においては、貸切バスの路上混雑が顕著になっている。これら供給能力の不足が外国人旅行者の旅行の制約要因とならないように、また国内の居住者・旅行者の不便・不満の解消のためにも官民連携のもと受入環境整備を大きく前進させるべきである。

また、情報通信技術が進歩することにより、旅行中の情報収集のあり方も大きく変化している。旅行者が観光情報を収集する主な手段は、従来のガイドブックなどの紙媒体から、リアルタイムで情報を容易に入手できるインターネットへと移行している。こうした情報収集方法の変化に対応するためには、ICTを活用した情報発信を強化するとともに、旅行者が情報端末を利用しやすい通信環境の整備が求められる。

さらに、観光振興にあたっては、東京の安全・安心が確保されていることが前提となる。そのため、自然災害発生時等における観光危機管理体制を確立するとともに、障害者や高齢者など全ての人が快適に観光を楽しめるようバリアフリー化に向けた取組の推進、アクセシブル・ツーリズムの充実を図る必要がある。

こうしたソフトインフラの改善は、2020 年大会をショーケースとして世界に日本の技術やサービス・おもてなしをPRする絶好の機会となり得ることから、東京都のリーダーシップのもと、官民一体となって取り組みを推進していくことが重要である。

(1) 旅行者の急増に対応する供給能力の拡大

①首都圏空港・東京港の機能強化

首都圏空港の航空需要は、概ね 2020 年代前半には空港容量の限界に達する見込みである。2020 年大会開催に間に合うよう騒音に係る環境配慮や地上建築物に対する安全確保を図りながら、空港容量の拡大と国際線の増枠に必要な施策を講じ、機能強化を着実に進められたい。また同時に、駐機スポットの増設などビジネスジェットの入身体制の強化や、首都圏空港の機能発揮に資する交通アクセスの改善を図ることが必要である。加えて、2020 年大会以降の方策として提案されている滑走路の増設についても、更なる旅行者の受入に向けて検討を進められたい。

東京港では、大型クルーズ客船の寄港ニーズに対応する新たな客船ふ頭を 2020 年大会に間に合うよう整備を進めている。クルーズ客船の入港による経済効果は大きく、オリンピック・パラリンピック開催に際しては、クルーズ客船が、セキュリティの確保のしやすさや、宿泊施設の不足を補えること等により、大会関係者やスポンサー等の宿泊施設としてチャーターされた事例が多数ある。こうしたことから、国と東京都の連携のもと、着実に整備を進められたい。

【参考】

- 近年、世界のクルーズ人口の急速な増加に伴いわが国への大型クルーズ客船の寄港も増加。訪日クルーズ旅客者数は、2013年の17万人から、2015年は100万人に飛躍し、政府目標を5年前倒しで達成した。

クルーズ船の寄港回数

順位	2010年		2011年		2012年		2013年		2014年		2015年	
	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数
1	横浜	122	横浜	119	横浜	142	横浜	152	横浜	146	博多	259
2	神戸	103	神戸	107	博多	112	神戸	101	博多	115	長崎	131
3	博多	84	博多	55	神戸	110	石垣	65	神戸	100	横浜	125
4	長崎	54	那覇	53	長崎	73	那覇	56	那覇	80	那覇	115
5	鹿児島	52	石垣	49	那覇	67	東京	42	長崎	75	神戸	97
6	那覇	52	名古屋	28	石垣	52	長崎	39	石垣	73	石垣	84
7	石垣	47	宮之浦 (屋久島)	23	名古屋	43	博多	38	小樽	41	鹿児島	53
8	名古屋	27	長崎	21	鹿児島	34	名古屋	35	函館	36	佐世保	36
9	宮之浦 (屋久島)	25	広島	19	別府	34	二見 (父島)	29	鹿児島	33	名古屋	34
10	広島	22	鹿児島	18	大阪	33	広島	26	名古屋	30	広島	32
	東京	22										
	その他	319	その他	316	その他	405	その他	418	その他	475	その他	488
	合計	929	合計	808	合計	1,105	合計	1,001	合計	1,204	合計	1,454

出所:国土交通省

②貸切バスの需給逼迫への対応と路上混雑の解消

訪日外国人旅行者向け貸切バスは、今後も旺盛な需要が見込まれることから、営業所が所在する区域を管轄する運輸局の管轄区域（地方ブロック）を臨時営業区域とする措置並びに営業所が所在する県に隣接する県を、運輸局の所管区域に関わらず臨時営業区域とする措置がとられている。いずれも期間を区切った臨時措置であるが、臨時営業区域の更なる緩和や恒久化等、貸切バスの営業区域制度の緩和が必要である。

また、都市部においては、貸切バスによる路上混雑が生じており、周辺の事業者等より対応を求める声があがっている。主要駅や空港等に加えて、まちなかにおいても貸切バス専用の乗降スペース、駐車場の確保が必要である。

【参考】

- 東京都台東区は浅草で観光バスの路上駐車対策として、区営駐車場と乗降場の利用に事前予約制度を導入するとともに、乗降場を増設して利用を分散させる取り組みを開始。また、観光バス対策に関する条例の制定も検討している。

③文化芸術の集積を活かす環境整備の促進

東京は、地域の伝統文化に根差した祭りから最先端の現代文化まで、多彩な文化資源を有する。六本木・渋谷・上野・池袋・新宿・浅草・東京駅周辺などには、多様な文化施設が集積しているほか、練馬・杉並はアニメ関連企業、城東地区は伝統工芸品や下町文化の集積地でもある。また、アニメ・ゲームなどポップカルチャーで有名な秋葉原や、「kawaii」

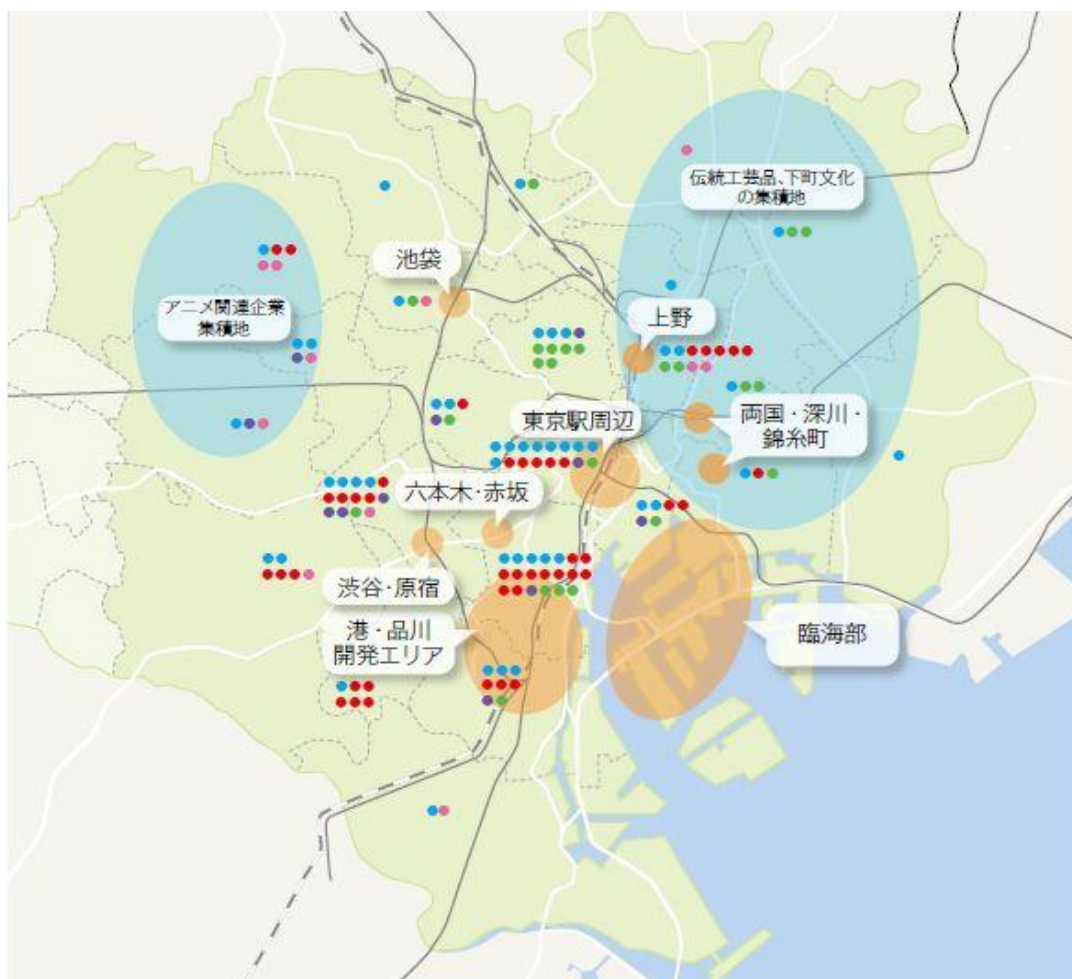
を世界に発信するファッションの街・原宿など個性溢れる地域が数多く存在する。こうした各地域における多様な特徴を持つ文化芸術の集積を活かし、東京全体の魅力を向上させ発信することが極めて重要である。

これら文化芸術の集積を活用し、インバウンド需要に対応するために、文化芸術施設の開館時間延長や夜間公演の充実、施設周辺の飲食サービスや観光施設との連携等が必要である。さらに、閉鎖や改修によって不足が指摘される劇場・ホールについては、将来の需給環境の調査、既存施設の予約システムや利用時間の改善によって利用しやすい環境づくりを進めると同時に、民間事業者の整備を促すために容積率緩和などの措置が求められる。

【参考】

- ・「kawaii」とは、近年、海外から注目されている、日本特有の「かわいらしさ」を表す言葉。
- ・劇場やコンサートホールが閉鎖や改修工事で不足する「2016 年問題」が発生。昨年から今年にかけて、渋谷公会堂（渋谷）、日本青年館（新宿）、日比谷公会堂（千代田）などが改修・建て替えとなる。

都内における文化施設の集積



注「●」はホール(青)、美術館(赤)、能楽堂(紫)、庭園(緑)、芸術系大学(桃)を示している。なお、本図表は、2014 年時点の情報に基づき作成されており、必ずしも最新の状況を反映していない。

出所：東京都「東京文化ビジョン(2015 年3月)」

(2) 外国人旅行者の利便性向上

①通信環境の整備

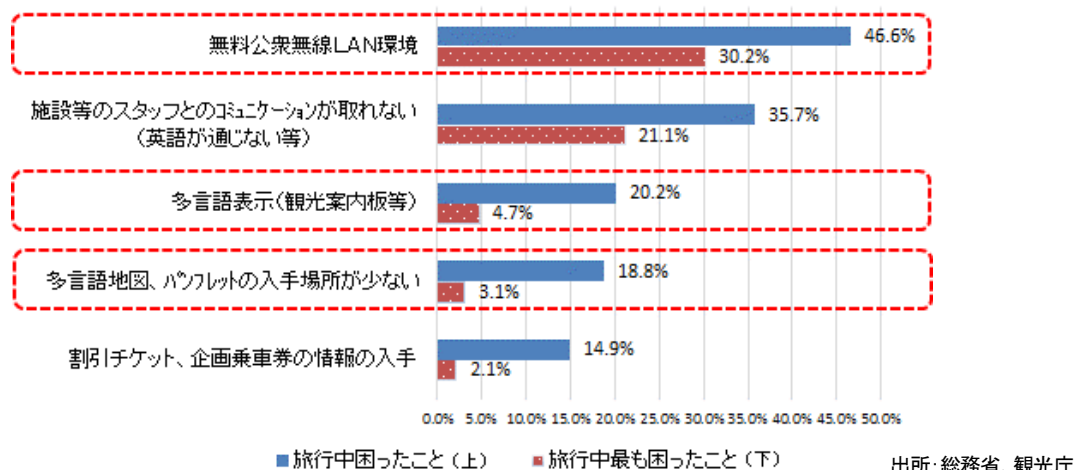
旅行者が観光情報を収集する主な手段として、ICT化の進展に対応した機器の利用が進んでいることから、無料Wi-Fiの整備など訪日外国人旅行者が利用しやすい通信環境の整備の加速が求められる。地域の観光・防災拠点における無料Wi-Fiについては、設置後の維持・管理費が観光協会や商店街等のエリアオーナーの課題になっており、その支援策が期待される。

また、空港・駅、宿泊・商業施設、2020年大会会場など旅行者が集まる施設やエリアにおいて、事業者の垣根を越えてシームレスにWi-Fi接続できる認証連携の仕組みを国・関係機関との連携のもと構築されたい。

【参考】訪日外国人旅行者が旅行中に困ったこと

- ・旅行中に困ったこととしては「無料公衆無線LAN環境」が最も多い。また、「多言語表示（観光案内板等）」や「多言語地図・パンフレットの入手場所が少ない」も多い。

訪日外国人旅行者が旅行中に困ったこと



②観光案内機能の強化と通訳ガイドサービスの充実

訪日外国人旅行者が快適に観光できるようこれまで以上に観光案内を行う態勢の充実を進めることが不可欠である。観光案内所などの拠点では、地域におけるコンシェルジュ機能としての役割が果たせるよう、情報提供に加えて旅行商品の企画・販売など、ワンストップで観光に関する様々なサービスを提供できる体制の構築を望む。

東京都は、観光案内機能の強化に向けて、観光情報を多言語で提供し、無料Wi-Fiスポットの機能を兼ね備えるデジタルサイネージ（高機能型観光案内標識）を都内数カ所に設置しているが、更なる普及促進を期待する。

また、国際イベント開催時期や桜・紅葉の季節など、時期や地域によってガイドが不足する事態が発生している。特に、中国語、韓国語、タイ語の通訳案内士が不足しており、こうした状況が続くことで、資格をもたないガイドによる案内行為が増加することが懸念される。従って、通訳案内士の活用はもちろんのこと、地方公共団体が独自に企画する特例ガイド制度の活用、その機能を補完するボランティアガイドの育成を通じ、多様なニーズに対応した通訳ガイドサービスが提供できる仕組みを構築されたい。

【参考】

- ・ 東京都は、構造改革特区の特例ガイド制度を活用し、平成 28 年 6 月より、観光案内を外国語で対応できるタクシードライバーの育成を開始。

③公共交通機関等の共通パスの活用

公共交通機関の乗り継ぎに係る乗車券の購入や文化・観光施設等での入場料の支払い、外国人旅行者にとって煩雑であることから、旅行者の利便性向上、移動の円滑化、費用の低廉化等を図るため、交通系 IC カードを活用し、公共交通機関、美術館・博物館、観光施設等で相互利用可能な共通パスの導入を進められたい。

また、交通系 IC カードと旅行者のパスポート情報等を紐付け、免税手続きの簡素化やホテルチェックイン時の活用など、様々な活用策を鋭意検討されたい。

【参考】

- ・ わが国の公共交通における IC カードは、Suica 等の 10 種類が全国で相互利用が可能であり、カード 1 枚で電車、バス、タクシー、買い物ができるなど利便性が高い。
- ・ スイスでは、スイス国鉄をはじめコンソーシアムに加盟する鉄道会社の路線、湖上汽船、主要都市のトラムや市バス等の公共交通機関で利用でき、かつ 400 ヶ所以上ある博物館や美術館の入場ができるトラベルパスとして「スイスパス」が発行されている。

④多様な文化・習慣への対応

ビザ要件の緩和や LCC の就航等を背景に、東南アジアからの旅行者が急増しており、マレーシアやインドネシアなどからのムスリム旅行者が今後一層増加することが見込まれる。また、ベジタリアン・ビーガンなどの旅行者も増えつつある。こうした食事や生活上の習慣に一定の要件がある外国人旅行者の利便性を向上させるため、旅行者が多く集まる空港や鉄道ターミナル、観光施設等に対して、異なる文化・習慣に関する普及啓発を図るとともに、外国人の多様な文化・習慣に配慮した環境整備に向けた支援を期待したい。

同時に、外国人旅行者に対して、日本の生活習慣やマナーを理解してもらうための取組を進めることが重要である。

(3) 旅行者に対する安心・安全の確保

①観光危機管理体制の強化

東京での事業活動は、地震等の自然災害を前提に展開を考慮しておく必要がある。特に、観光分野においては、来訪者の安心・安全を確保するため、ハード面における災害対策の推進はもちろん、災害時における交通・宿泊・食事等の確保やそれらに関する情報提供、事業者との連携、観光・宿泊施設等の人材育成など、適切な対策の実施による危機管理体制の強化を図る必要がある。

また、外国人が安心して医療を受けられるよう、医療機関における外国語対応力の強化や医療通訳の育成、さらには往診診療が可能な医師の情報をホテル・旅館など宿泊施設が共有できる仕組みの構築などを推進されたい。

加えて、2020 年大会を見据えたテロ対策・感染症対策についても、関係機関が連携し、

未然防止策や対処体制の整備など鋭意推進されたい。

【参考】

- ・ 沖縄県は、台風や地震などの災害発生時に、県内関係者が連携して観光客の支援や観光産業の回復を図ることを目的に、「県観光危機管理基本計画」を取りまとめ、平成 27 年度に、この基本計画に基づき、実行計画を策定した。

②インバウンドの旅行手配を行うツアーオペレーターの質の向上

インバウンドの旅行手配を行うツアーオペレーター(ランドオペレーター)については、旅行業登録が義務付けられていないことから、近年、外資系のツアーオペレーターによる価格重視の低品質ツアーが増え、東京での旅行に対するマイナスのイメージを外国人に与えている例も見受けられる。東京都は、旅行者の安全確保と、訪都旅行の一層の品質向上の観点から、ツアーオペレーターの品質を担保する制度の検討、悪質な事業者の実態把握を進められたい。

【参考】

- ・ 海外の旅行会社が、自国から日本への旅行商品を企画・販売する場合、日本での地上手配を行うランドオペレーターは、旅行業法の制約を受けずに、手配を行うことができる。
- ・ アジア（特に中国）からの格安ツアーにおいて、添乗員が旅行者を特定のお土産屋等に案内し、人気化粧品等を市中よりも不当に高額な値段で、または効用の不明な薬品を購入させ、業者からのキックバックにより多額の利益を得ている問題が顕在化。しかし、こうした事業者を取り締まる制度的な規制はない。
- ・ 平成 27 年度の訪日外国人旅行消費額 3 兆 4,771 億円のうち、旅行関係消費額〔宿泊費（8,974 億円）、交通費（3,678 億円）〕は 36.4%の 1 兆 2,652 億円。このうち日本旅行業協会（JATA）会員等の取扱高は 12.8%の約 1,618 億円であり、ほとんどが外資系旅行会社の取り扱いとなっている。

③アクセシブル・ツーリズムの充実

障害者や高齢者等が、積極的に外出して、様々な交通機関を快適に利用しながら旅行を楽しむことができる環境づくりを意味するアクセシブル・ツーリズムを促進することは、増加する高齢者の旅行需要を喚起するとともに、2020 年パラリンピック大会の受入体制の整備に資する。

こうしたことから、鉄道やバス、公共空間はもとより宿泊施設等においても幅広くユニバーサルデザインの導入やバリアフリー化などハード面の対応を着実に進めるとともに、研修や人材育成などソフト面の取り組みも推進されたい。また、これら観光拠点におけるバリアフリー化に関する情報を旅行会社や観光案内所等と共有することで、アクセシブル・ツーリズムに適するツアーの造成や円滑な旅行を後押しされたい。

以 上

2 0 1 6 年 度 第 1 1 号

2 0 1 6 年 9 月 8 日

第 6 8 7 回 常 議 員 会 決 議