

東京の観光振興策に関する意見

～東京 2020 大会を見据えた「世界トップの観光都市・東京」の着実な実行に向けて～

2018 年 7 月 13 日

東京商工会議所

I. 基本的な考え方

観光は、わが国の持続的な成長の実現に向けて極めて重要な役割を果たしている。地域社会への価値向上に加え、地域・幅広い産業への高い経済波及効果が期待されている重要な産業である。

LCC 等の航空路線の拡充や訪日ビザ発給要件の緩和等を背景に、アジア諸国を中心に、訪日外国人が近年急増しており、2017 年、訪日外国人旅行者数は 2,869 万人、旅行消費額は初めて 4 兆円を超え、どちらも過去最多を更新している。今後も経済成長が見込まれるアジア市場を取り込んでいくことが重要である。

こうしたなか、来年にはラグビーワールドカップ 2019、2 年後には 2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会（東京 2020 大会）の開催を控え、世界中の注目が日本に集まる絶好の機会を迎えている。

世界の旅行市場が増加するなか、旅行者誘致を巡る都市間競争は一層激化しているため、東京は、「日本観光のゲートウェイ」として、日本各地へ送客する役割を着実に果たすとともに、「世界トップの観光都市・東京」を目指して、絶えざる進化を遂げることが求められる。

今後は、旅行者数といった「量」はもとより、消費額という「質」の向上も図ることが不可欠であり、消費額の拡大やリピーターの獲得に向けた新たな観光需要の創出等への対応が求められる。

政府は 2016 年 3 月、「明日の日本を支える観光ビジョン（以下、観光ビジョン）」を策定のうえ、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 兆円などの高い目標を設定している。

東京都は都の観光振興を戦略的に進めるため、2018 年 2 月、新たに「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2018」（以下、観光実行プラン）を策定した。この観光実行プランにおいて、観光振興の基本的理念や今後の取組の方向性、将来に向けた目標、実施する具体的な観光施策等を明示するとともに、従来掲げた 2020 年の訪都外国人旅行者数 2,500 万人、訪都外国人リピーター数 1,500 万人、訪都外国人旅行消費額 2.7 兆円という高い目標に加え、市場別の訪都外国人旅行者数を新たに掲げている。

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、「世界トップの観光都市・東京」の着実な実行に向けて、重要な事項を 4 つの観点から意見を取りまとめたものである。

【目標設定のあり方について】

「観光実行プラン」において、政府が2016年3月に公表した「観光ビジョン」等を踏まえ、2020年までに、訪都外国人旅行者数（2,500万人）、訪都外国人リピーター数（1,500万人）、訪都外国人旅行者消費額（2兆7,000億円）、訪都国内旅行者数（6億人）、訪都国内旅行者消費額（6兆円）とする目標が設定されている。今回、2020年の訪都外国人旅行者数2,500万人の実現に向けて、欧米豪500万人、東アジア1,550万人、東南アジア+インド370万人の市場別目標が新たに設定されたところである。

本年5月に公表された、2017年の訪都外国人旅行者数は、対前年比で5.1%増となる1,377万人と過去最多を更新したものの、その伸び率は2015年の34.0%からは大幅に減少している。一方、訪都外国人旅行者消費額は対前年比で4.4%増となる約1兆1,358億円と増加したが、訪都外国人旅行者数の伸び率の失速を受け、量的な旅行者数を増加させていくことはもとより、質的な消費額の向上も併せて注力すべきである。

観光を取り巻く環境の変化は激しく、東京2020大会を2年後に控えるなか、「観光実行プラン」に掲げられた目標数値・施策については、迅速・的確に環境変化を捉え、PDCAサイクルの運用の徹底を図るべきである。

加えて、新たに設定された2020年の市場別目標の達成に向けては、国・地域ごとの異なる市場特性に応じた効果的な施策を展開し、着実に成果を出すべきである。

【推進体制について】

東京都における観光振興予算が継続的に拡充されるなか、安定的に持続した観光都市経営を推進するためには、地域・事業者が観光産業の成長に速やかに対応することが重要である。そのため、地域・事業者が各種観光施策に関する情報を効率的に入手のうえ、その十分な活用を図る必要がある。従って、東京都は、国や他自治体の観光関連施策の連携・調整を図るとともに、庁内の観光関連施策を総合的に調整することにより、オール東京、オール日本で一体的・総合的となって取り組むことが求められる。

また、公益財団法人東京観光財団は、行政と民間をつなぐ都内唯一の広域観光団体として、意見交換の場を創出する等を通じ、観光協会、商工会議所等の都内観光関連団体や民間事業者との連携強化を図り、行政区域を跨いだ横断的・広域的な地域の魅力創出等に取り組むべきである。

Ⅱ. 具体的な意見事項：今後の重点的な観光施策の展開

1. 安定的な消費拡大に向けた観光経営

地域や事業者がインバウンド対応力の向上を図り、観光需要を的確に取り込むことが重要である。そのために、民泊を含めた宿泊施設の充実や観光統計の整備・活用が必要である。また、ビジネス需要であるMICE誘致や国内旅行消費の約9割を占める日本人の国内観光の活性化を推進することにより、安定的に消費拡大を図ることも重要である。

(1) 観光需要獲得に向けた取組の強化

①多言語対応のさらなる強化

観光関連事業者をはじめ観光分野への参入を図る事業者等がインバウンド需要を取り込めるよう、HPや案内看板等の多言語対応に利用可能な補助金・助成金等のさらなる拡充を図られたい。

②多種多様なキャッシュレス環境の整備

現金決済が中心である中小・小規模の飲食店・小売店等において、需要取り込みの機会損失が発生しないよう、クレジットカードはもとより、電子マネー、デビットカードや携帯等を用いた多種多様なキャッシュレス環境のより一層の整備に向けて、普及啓発やキャッシュレス端末導入等の拡充を支援されたい。

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は、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。

④消費税免税制度拡充後の円滑な対応促進

外国人旅行者向け消費税免税制度については、2018年度税制改正大綱において、特殊包装を行う場合には、一般物品と消耗品の合算（5千円以上）を認めることに加え、2020年度からは、現行の紙による免税販売手続を電子化することが明記された。本件については、業界団体等への十分なヒアリングを踏まえ、中小・小規模店舗が過度な負担なく円滑に移行できるよう、十分な周知・浸透および免税対応のためのシステムや端末等の支援策を講じられたい。

(2) 宿泊施設の充実と多様化

①旅行者ニーズ・安全確保に向けた改修等への支援

外国人のニーズにあった、トイレ等施設の改修や外国語の案内表記、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、ICT活用による業務効率化等のイノベーションに積極的に取り組む事業者への支援を継続されたい。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に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に対する助成、加えて改修工事に係る支援を拡充されたい。さらに、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。

②旅館ブランドの推進

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あり、イメージアップに向けた「RYOKAN」ブランド化の取組やF I T（外国個人旅行者）に向けた情報発信の強化を一層促進していくことが必要である。

③健全な民泊サービスの推進

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。また、ホストをはじめとした地元の人々との生活体験や交流を通じることで、訪日外国人旅行者はもとより、将来の観光需要拡大につながるミレニアル世代（2000年代に成人あるいは社会人になる世代）の旅行ファン獲得に効果的である。

本年6月に施行された住宅宿泊事業法（民泊新法）では、年間180日を上限に全国で民泊の実施を可能とする一方、自治体が定める条例による上乗せ規制を可能としていることから、現在、制度の運用に関して、国と自治体との間で温度差が生じている。「健全な民泊」の実現に向けては、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ことが不可欠である。従って、民泊の実態把握に取り組むことに加え、客観的に分析可能なデータの収集を図り、一定期間経過後には条例の見直し等の必要な措置を講じられたい。併せて、違法民泊提供者に対する取り締まりや罰則の周知・適用を徹底すべきである。

（3）統計の整備と観光ビッグデータの利活用促進

政府は、産業構造や人口動態、人の流れなどに関する官民のビッグデータを集約し、可視化する「地域経済分析システム（RESAS）」を提供している。観光産業における計画や戦略立案にはマーケティングが重要であり、その基礎情報となる地域別の旅行者数、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、正確なデータ整備が不可欠である。国と連携のもと、こうした観光統計が地域に対して迅速、且つ、一元的に提供されるとともに、企業等が経営に積極的に利活用できるよう、普及啓発に取り組まれたい。

（4）M I C E¹誘致の促進に向けた取組の加速

¹ M I C E・・・企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等の総称。

①MICE施設の受入環境整備

MICEの誘致や開催を担い、諸外国の誘致関係者と競争を繰り広げる主体は、各地の自治体やコンベンションビューロー、民間事業者であることから、MICEの一層の推進にあたっては、官民連携によるオールジャパンでの支援体制を加速する必要がある。

2016年の東京における国際会議の開催件数は225件（UIA基準）と、MICE開催都市としての地位は着実に向上しているものの、シンガポールやソウルなど競合都市に比べると未だ遅れをとっている。

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、高性能型Wi-Fi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。

②ユニークベニユーの充実と活用促進

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。政府は、レセプションやアフターコンベンション等の魅力を高めるため国立施設等を活用したユニークベニユー開発を進めているところである。民間事業者が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、東京都としても国と連携を図り、ユニークベニユーの活用事例の周知・公表を図るとともに、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。

③MICEの実態把握と効果の普及

MICEは、関連産業の裾野が広いことから地域への高い経済波及効果や産業振興が期待されているものの、その経済的意義や効果に関する客観的かつ定量的なデータが十分でないこと等から、地域の理解が進んでいるとはいえない状況にある。東京都は、MICE、とりわけ高い経済波及効果が期待される国際会議（C）について、経済波及効果の測定モデルを早期に構築し、実態把握および効果の普及を図られたい。

④MICE人材の育成・確保

MICEの推進にあたっては、ハード面に加えソフト面での対応も重要である。誘致・開催の現場を担うMICE人材については、基礎的な研修に加え、コミュニケーションや交渉に必要な語学力の習得が不可欠である。とりわけ、誘致・開催の成否を左右するキーパーソン・実務者について、東京都は、よりハイレベルで実践的な知識・経験の提供により、国際水準の人材育成・確保を図られたい。

⑤MICE参加者への消費拡大に向けたプロモーション等の働きかけ

一般旅行者と比べて、ビジネス旅行者であるMICE参加者の消費額は大きく、地域への経済波及効果が高いため、消費拡大に向けて観光プロモーションを強化することが重要である。東京都は、MICE開催による周辺地域への経済波及効果を図るべく、MICE主催者に対して近隣の商業地域・観光資源等に関する積極的な情報提供を行うとともに、公共交通機関等を用いてMICE参加者に都内回遊を促すための仕組み構築を検討され

たい。

(5) 国内観光の活性化に向けた戦略的取組の推進

①体験・テーマ型観光等による新たな旅行需要の喚起

観光の有力産業化に向けては、インバウンドのみならず、国内における旅行消費額の約9割を占める、日本人による国内旅行・海外旅行の振興を図ることが不可欠である。しかしながら、国内旅行の低迷により、国内における旅行消費額は10年間で約5兆円のマイナスとなっており、今後、国内観光の活性化に向けた戦略的取組が必要である。

近年、国内のレジャー市場においては、遊園地・テーマパークやライブ・エンターテインメント等、参加体験型の需要が高まっている。また、近年のマラソンや自転車ブームによるスポーツツーリズムや、農業・植林体験をテーマとしたエコツーリズム、農林漁業体験民宿によるグリーンツーリズムなど、見る観光から体験・交流する観光へシフトする動きもみられる。加えて、国立公園や日本遺産、産業観光、アート、ロケーション等、多様なテーマ型観光が日本各地において推進されている。各地域が個別に行うこうした旅行需要創出に向けた取組について、地域間のネットワーク化を図り共同プロモーションの実施等を行うことが必要である。

②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が、中長期的な市場活性化に向けては、未来を担う若年層の旅行促進が重要である。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さら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、学校教育における観光関連プログラムの導入、保護者に対する旅行の理解促進、教育旅行の推進強化や若者向け優遇商品の造成等を通じ、若者の旅行経験の促進を図られたい。

2. 観光資源の磨き上げ・魅力の発信

旅行地を巡る国際競争が激しいなか、観光資源を磨き上げ、地域の魅力の発掘・発信を通じ、訪日外国人旅行者数の増加、とりわけ「コト消費」によるリピーターの拡大を図ることが重要である。また、消費拡大に向けて、夜のエンターテインメント活性化等のナイトライフ需要の創出を図ることも重要である。さらに、東京の魅力を一層向上させるため、オールジャパン体制で観光資源の整備や訪日プロモーションの拡大を図ることが必要である。

(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

無電柱化は、通行空間の安全性の確保や良好な景観の形成、道路の防災性向上等の観点から重要な施策に位置付けられている。一方、多額なコストや関係者の調整に時間を要すること等から、わが国では諸外国に比べ整備が進んでいない。無電柱化の進捗率は、東京23区に限っても8%と、欧米・アジアの主要都市に比べ著しく遅れている。政府が2020年度までに約1,400kmの無電柱化の数値目標を掲げる中、東京都においては本年3月「東京都無電柱化計画」を策定し、今後10年間の基本方針や目標を掲げている。低コスト化の徹底や地域・住民への周知展開等により、施策の着実な実行を図られたい。

②まち歩き観光を促進する街路空間と公衆トイレ等の整備

交通量の多い都心部・観光地においては、安全で快適なまち歩き観光に向けて、歩行者中心の街路空間やイベント・マルシェ等が開催できる広場・ベンチ等の整備が不可欠である。とりわけ、訪日外国人旅行者が集中する一部エリアにおいて、公衆トイレのキャパシティ・誘導・案内標識等の拡充を検討されたい。

また、テラス席等を備えたオープンカフェやマルシェ等の移動販売・屋台については都市の賑わい創出に有効に寄与することから、設置に係る営業許可要件や道路占用許可要件等の分かりやすい周知および手続きの簡素化を図られたい。

③自転車走行空間の整備とシェアサイクルの利用促進

自転車は、観光における移動手段や公共交通の補完的な役割を担う重要なツールとして位置づけ、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。自転車シェアリング事業のさら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うとともに、現在9区が参加している本事業のさらなるエリア拡大を図られたい。併せて、外国人旅行者の利用が増加している自転車およびゴーカートについては、交通量が多い東京における安心安全に向けた交通ルールの周知徹底を働きかけられたい。

(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・発信

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ものの、建築基準法や消防法等関連法制の煩雑な手続きや縦割り行政により、他の観光先進国に比べ活用が進んでいない。国家戦略特区においては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、歴史的建築物等の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。

また、観光産業とコンテンツ産業等異分野間での連携による、VR／AR等の先進的技術を活用した歴史的建築物の魅力の効果的な発信について、国の後押しを図られたい。

②消費拡大に向けたナイトライフ需要の創出

訪日リピーターの増加にともなう「コト消費」へのニーズの高まりを受け、施設・店舗・交通機関等の夜間営業等により消費のさらなる拡大を狙う、ナイトライフ需要の創出に向けた動きが進みつつある。ロンドンやニューヨークといった観光先進都市に比べ、わが国はナイトライフを楽しむ拠点が乏しいとの指摘もある中、美術館や博物館、娯楽施設等の開館時間延長に加え、夜間交通の拡充や新たな体験型観光の充実等を通じた満足度向上が鍵となる。政府が2018年を目途に官民一体の組織を設立する等の取組を開始する中、東京都においても、ナイトライフ活性化に向けた調査実施等に加え、官民連携の場を設置し、具体的な課題検討や情報共有を図られたい。

③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。

④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、ファッションを中心とした若者文化を世界に発信する街・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、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。

また、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を講じられたい。

(3) 公的インフラ・施設を活用した観光拠点の整備

①水辺空間の賑わい創出と舟運の活性化

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。

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が求められる。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。

②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。設置管理許可期間の延伸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施設の設置に併せ、広場や園路等の公園施設を一体的に整備する仕組みを構築し、地域の観光・交流拠点となる都市公園の整備を推進されたい。また、都市公園の占用許可の特例を活用した観光案内所やサイクルポートの設置も普及促進が期待される。

(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、東京 2020 大会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。

(5) 多様な国・地域に向けた観光プロモーションの展開

①欧米豪等の観光先進国や富裕層に向けた誘客促進

東アジアからの訪日旅行者が全体の約7割強を占める一方、欧米豪からの旅行者は約1割に留まる。欧米豪は日本の歴史・文化に高い関心を有し、かつアジアに比べ長期の滞在と高い消費が見込まれることから、プロモーションをより注力する余地がある。そのため、各国に設置されているJNTO海外拠点の機能強化や在外公館等を活用した日本紹介事業等の促進を通じ、欧米豪市場における日本のブランドイメージの確立が重要である。従って、東京都においては、旅行博等を通じ、新たな富裕層の取り込みが期待できる国に向けたプロモーションを実施されたい。

また、プロモーションの展開にあたり、海外からの評価が高いわが国のコンテンツを現地において活用を図ることは、訪日意欲を喚起する有効な手段となる。日本各地の地域テレビ局が制作した観光番組や地域の祭り・伝統芸能等コンテンツの海外発信を通じて、わが国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ることが重要である。

加えて、大型クルーズ客船で来訪する富裕層の嗜好ニーズに対応するため、高品質・高単価な体験型プログラム商品の充実を図ることが重要である。商品ラインナップの拡充に向けては、国別マーケティング情報の提供など民間事業者の商品開発に有益な支援を講じられたい。

②大都市と地方が連携した外国人旅行者誘致の取組促進

東京都は、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催とさらにその先を見据え、旅行地としての東京を強く印象づける「東京ブランド」の確立に向けた取り組みとして、2017年4月に東京を象徴する「Tokyo Tokyo」およびキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」を発表した。それと同時に、ゴールデンルートに集中する訪日外国人旅行者を東京と地方の双方を訪れるよう誘客するために、各道府県の提案に応じ、海外メディアの招聘や商談会への参加など、訪日外国人誘致プロモーションを共同実施している。政府では関係機関の連携を通じた訪日促進を図っているところであるが、こうした大都市と地方が連携した外国人旅行者誘致の取組は、地方創生に資する取り組みであり、東京都としても後押しされたい。

③外国人目線を取り込んだプロモーションの拡充

訪日旅行者を効果的に誘致するためには、外国人目線に立った情報提供が必要である。東京都は本年4月、外国人旅行者のニーズを踏まえたデザインとコンテンツを取り入れ、観光公式ウェブサイト「GO TOKYO」の英語ページをリニューアルオープンしている。

日本人が選ぶ日本らしい食や文化の発信ではなく、外国人が体験した日本の日常や外国人の趣味嗜好に応じたコンテンツを発信することで、プロモーション効果や反響の高さに

違いが生じている。

誘致施策を効果的に展開するためには、海外に影響力を持つ外国人パワーブロガーやインフルエンサーを活用のうえ、外国人目線に立ったコンテンツ内容の拡充、多言語対応や発信方法について、引き続き注力して取り組まれない。

3. 良質で安心安全な受入環境の整備

来年にはラグビーワールドカップ 2019、2 年後には東京 2020 大会などの国際的イベントを控え、急増する訪日外国人旅行者の受入に制約がないよう、インフラを万全に整備することが重要である。そのため、首都圏空港・東京港の機能強化や、訪日時に最も懸念される言語の問題を解決する観光案内態勢の充実等ハード面の整備はもとより、訪日外国人旅行者に対するマナー啓発等を通じ、旅行者・生活者双方が安心安全に過ごすことができる環境の確保に向けた取組が重要となる。

(1) 旅行者の急増に対応する供給能力の拡大

①首都圏空港の機能強化

訪日外国人の増加を受け、首都圏空港の航空需要は、2020 年代前半には計画処理能力を超過する見込みである。東京 2020 大会の円滑な開催のため、騒音影響等の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、さらなるビジネスジャンルの受入体制の強化や、首都圏空港の機能発揮に資する都心への交通アクセスの改善による移動利便性の向上が不可欠である。加えて、本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、さらなる旅行者の受入に向けて検討を進められたい。

②東京湾・大型クルーズ客船ふ頭の整備推進

多くの訪日観光客の受入れ可能なクルーズ客船の入港における経済効果は大きく、港へ停泊している間は船に宿泊するため、宿泊施設の不足を補うことが期待されている。このため、東京港では、世界最大級の超大型クルーズ客船も接岸可能な新客船ふ頭を 2020 年大会までに間に合うよう整備を進めている。国と連携のもと、環境整備等について着実に成果を上げられたい。

③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、臨時営業区域のさら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、周辺の事業者等から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、駐車場の確保を図られたい。

④交通輸送の円滑化

東京 2020 大会の競技会場の多くは、通勤・物流等の交通需要が集中する地域に立地しており、大会関係者や観客等の安全で円滑な輸送に向けた検討が進められている。地域・事業者等から広く協力を得られるよう、オリンピックレーンのルート計画等、詳細な計画に

については、早期かつ幅広く周知を図ることで、事前の準備や対策を促進することが必要である。

(2) 外国人旅行者の利便性向上

①多言語対応による観光案内態勢の充実

東京では、観光情報の多言語対応、災害時の情報提供や無料W i - F i 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）の設置が進んでいるが、観光案内態勢の強化に向けて、さらなる拡充を加速されたい。

また、観光ガイド不足解消に向けて、改正通訳案内士法の施行を受け、通訳案内士資格は名称独占へと規制が緩和されたことから、全国対応の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地域ガイド制度の活用、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するガイドサービスが提供されることが期待される。

②ボランティアの参加機運の醸成と体制拡充

東京2020大会においては、大会ボランティアと都内をはじめ開催都市の都市ボランティアを合わせて11万人以上の活躍が想定されている。競技会場や大会関係施設等において観客サービスや競技運営・メディア等のサポートを行う大会ボランティアに対して、都市ボランティアは、空港や主要駅、観光地、競技会場周辺等において国内外の旅行者に対する観光・交通案内サポート等の役割を担う。また、各自治体や観光協会等においては観光ボランティアが組織され、まちあるき案内や見回り等、地域交流や魅力発信、防犯等の担い手となっている。こうしたボランティア活動は、イベントの機運醸成や成功だけでなく、快適で安全・安心な訪日滞在に非常に重要な役割を担うことから、効果的な活用を図りたい。とりわけ、東京都観光ボランティアの活動の一つである街なか観光案内については、参加機運の醸成や多様なボランティア参加者を積極的に募ると同時に、訪都外国人旅行者が多く訪れる地域から順次展開のうえ、2020年までに「街なか観光案内」の政策目標値の達成に向けて鋭意結果を出されたい。

③通信環境の整備

情報通信技術の進歩に伴い、旅行者が観光情報を収集する主な手段は、紙媒体からインターネットへと移行しているなか、一部民間の宿泊施設の取組として、訪日外国人旅行者の利便性からモバイルW i - F i ルーターを貸与している事例もある。無料W i - F i の整備やプリペイドS I Mの活用など、訪日外国人旅行者がリアルタイムで情報を入手できるよう、通信環境の整備を加速されたい。

また、空港・駅や、宿泊・商業施設、交通機関、公共エリアなど旅行者が集まる空間において、一度の利用登録でシームレスにW i - F i 接続できるよう、地域や事業者の垣根を越えた認証連携のさらなる拡大を図られたい。

加えて、地域の観光・防災拠点における無料W i - F i 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。

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、東南アジア諸国、特にマレーシアやインドネシアなどからのムスリム旅行者数が過去最多を記録しており、これら諸国の人口成長や経済成長によって、今後さらなる増加が見込まれる。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図られたい。

とりわけ、ムスリム旅行者の訪日旅行受入に関しては、食事や礼拝について複数の民間団体がそれぞれ対応基準を設けているものの、統一した基準は存在せず、各基準にもばらつきがみられる。国は本年5月、「訪日ムスリム旅行者対応のためのアクション・プラン」を策定したところであるが、東京都においては、国と連携を図り、観光関連事業者がハラール対応等に取り組む際に、少なくとも日本国内において受入対応の均質化が図られるべく、支援を検討されたい。

(3) 旅行者・生活者双方の安心・安全の確保

①観光危機管理体制の強化と外国人患者受入体制の充実

わが国での事業活動は、地震をはじめとした自然災害など緊急・災害を想定しておく必要がある。東京2020大会や夏休みなど観光トップシーズン時に、テロや首都直下地震等が発生した場合、来訪者の万全なセキュリティと安心・安全を確保することが課題となっている。交通・宿泊・食事等の確保やそれらに関する適時適切な情報提供、事業者との連携、避難に資する多言語対応での案内表示の推進、観光・宿泊施設等の人材育成や避難訓練の徹底など、事前に適切な対策を講じる危機管理体制の強化が求められる。特に、東京2020大会を見据えたテロ対策・感染症対策については、関係機関が連携し、未然防止策や対処体制の整備などを鋭意推進すべきである。

また、病気や怪我など有事の際、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をはじめ、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。

さらに、外国人の傷病対応について、医療機関の過半数が意思疎通や未収金リスク等を負担に感じており、実際、2015年度の1年間に診療・治療にあたった医療機関の35%に医療費の未収が発生している。トラブル防止の観点から、補償範囲が広い日本の保険への加入促進を国とともに強力に図られたい。日本に到着するまでの航空機内や船内等でのPRを効果的に行うべきである。

②訪日外国人観光客に対するマナー啓発に向けた取組

訪日外国人旅行者が多く訪れる都心部の一部地域では、外国人旅行者の急増に伴い、店舗やトイレ、公共交通機関や公共スペース等でのマナー・騒音、貸切バスの路上混雑など、「観光公害」が顕在化している。その多くが自国の生活習慣の違いなどから生じる訪日外国人旅行者のマナー問題であり、地域が旅行者を快く迎えるおもてなし精神を発揮す

るために、地域や事業者自らで対応可能な課題に取り組むことはもちろん、日本の習慣や文化の正確な理解に向けて、東京都としては、それら取組の横展開を図る等、側面的な支援を検討されたい。

③ランドオペレーターの適正な管理・監督

旅行サービス手配業者（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おらず、安全性の低下やインバウンド旅行の一部におけるキックバックを前提とした土産物店への連れ回し、高額な商品購入の勧誘等などの課題が挙がっていた。そうした状況のなか、旅行者の安全確保と、訪日旅行の一層の品質向上の観点から、ランドオペレーターの登録制度が創設されたことを受け、違法営業の実態把握等を行い、適正な管理・監督を徹底されたい。

④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、東京 2020 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。

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、継続支援を期待する。

4. 観光産業の持続的発展に向けた取組の強化

他業種に比べ労働生産性の低さと深刻な人手不足の中にある観光産業をビジネスの視点で捉え、持続的に発展させることが重要である。そのため、ICT等の利活用による観光関連産業の生産性向上や女性・外国人等の人材活用が必要である。また、観光需要が都市圏に一極集中するなか、ゲートウェイである東京から日本全国に経済波及効果の分散を図るとともに、各地域が広域連携を行い、相互送客などの取組を推進していくことも必要である。

さらに、持続的な観光地域経営を推進するためには、継続的な財源確保や地域の観光関連団体の連携・活動強化への支援が求められる。

(1) 観光関連産業の生産性向上と人材確保・育成

① ICT等の利活用

国内生産年齢人口が減少傾向にあるなか、わが国は中小企業全体において人手不足が深刻化しているほか、飲食・宿泊業は、他業種に比べ労働生産性の低さが指摘されている。観光関連産業の生産性向上に向けては、新たな技術の積極的な活用やICT利活用が有効であるものの、金銭的負担やノウハウ不足により踏み出せない事業者も多い。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導入や、オペレーションの効率改善等への支援を図られたい。

② 多様な人材の活躍促進

観光産業を担う人手不足が深刻さを増すなか、若年層や女性、高齢者に加え、高度な知識や語学能力を有する外国人留学生など、多様な人材の活躍を促進していくことが求められる。一方で、約6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、切替え手続きの煩雑さなどから、実際に就職するのは卒業生全体の3割程度である。

観光産業における外国人留学生の採用・定着促進に向けては、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、留学ステージに応じたきめ細やかなフォローアップに加え、国に対して留学生の就労ビザの要件緩和や卒業生に特化した在留資格の付与について働きかけられたい。

また、現行の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いないため、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。日本料理の海外普及を目的として、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。

(2) 長期滞在の促進に向けた日本各地の連携強化

① 広域観光周遊ルートの世界水準への改善

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、各地の相互交流を拡大する上で、極めて重要である。

こうしたなか、関東地方では、関東観光広域連携事業推進協議会が主体となり、2016年度には関東広域観光周遊ルート「東京圏大回廊」が国土交通大臣認定を受けた。2017年4月には、3つのモデルコースが策定された。本年2月には一般社団法人化、日本版DMO候補法人となり、海外プロモーションの展開等に向けた取組を進めている。

東京2020大会およびその先を見据え、東京都は、協議会、国（観光庁・関東運輸局）および地方自治体・民間企業等と連携し、関東広域観光周遊ルート等における旅行商品の造成を支援する等により当該ルートの認知・普及を進められたい。

②大都市と地方の地域間連携の促進

わが国のゲートウェイとなっている都市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都市の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。

③東北・九州の観光復興

日本全体では2017年の外国人延べ宿泊者数（速報値）が、7,800万人と過去最多を更新するとともに、3大都市圏を除く地方が初めて全体の4割を占めるほどに躍進している。しかしながら、定住人口の減少に歯止めがかからない中で、地域の再生を図るには交流人口の拡大が不可欠であり、継続的な旅行者の誘客支援が必要である。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平成21年度比で6割程度に留まっている。復興ツーリズムや伝統産業体験ツアー等を通じた教育旅行の誘致に向けた取り組みを支援するとともに、風評被害の払拭に向けた教育関係団体や保護者を対象とした正確な情報発信を強化されたい。

また、2016年4月14日に発生した熊本地震により九州の観光は大きな打撃を受けた。直接被災した熊本・阿蘇地区と大分の一部に加え、隣接6県でも宿泊キャンセルなどの影響が出ている。同年7月から「九州ふっこう割」が実施され、観光・宿泊客は震災前に回復しつつあるものの、熊本城や主要ルートの復旧など、熊本県・大分県の観光再生に向けた課題は依然多い。東京都では両県の復旧・復興に向けての取組を支援するため、訪都外国人個人旅行者が両県を訪れるよう、東京と熊本、大分の強みを生かした東京を基点とする観光ルートを設定し、訪日旅行の新たな魅力を海外に向けて広く発信している。

今後も東京と熊本、大分双方への旅行者誘致を促進する事業の実施に引き続き取り組まれたい。

（3）地域の観光関連団体の連携・活動強化

①観光地域経営を推進するための継続的な支援

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重要である。とりわけ、各区の観光協会をはじめとする地域の観光関連団体が、他地域等との連携による魅力の多様化や広域化を図り、効果的かつ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のうえ、東京観光財団が中心となり、地域の観光関連団体の連携・活動強化に向けて、各団体が意見交換を行う場を創設する等、支援を拡充されたい。なお、政府は、観光振興を戦略的に推進する専門組織である日本版DMOの形成を進め、固有の資源を活かした取り組みを推進している。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。

②地域限定旅行業への参入促進によるコンシェルジュ機能拡大

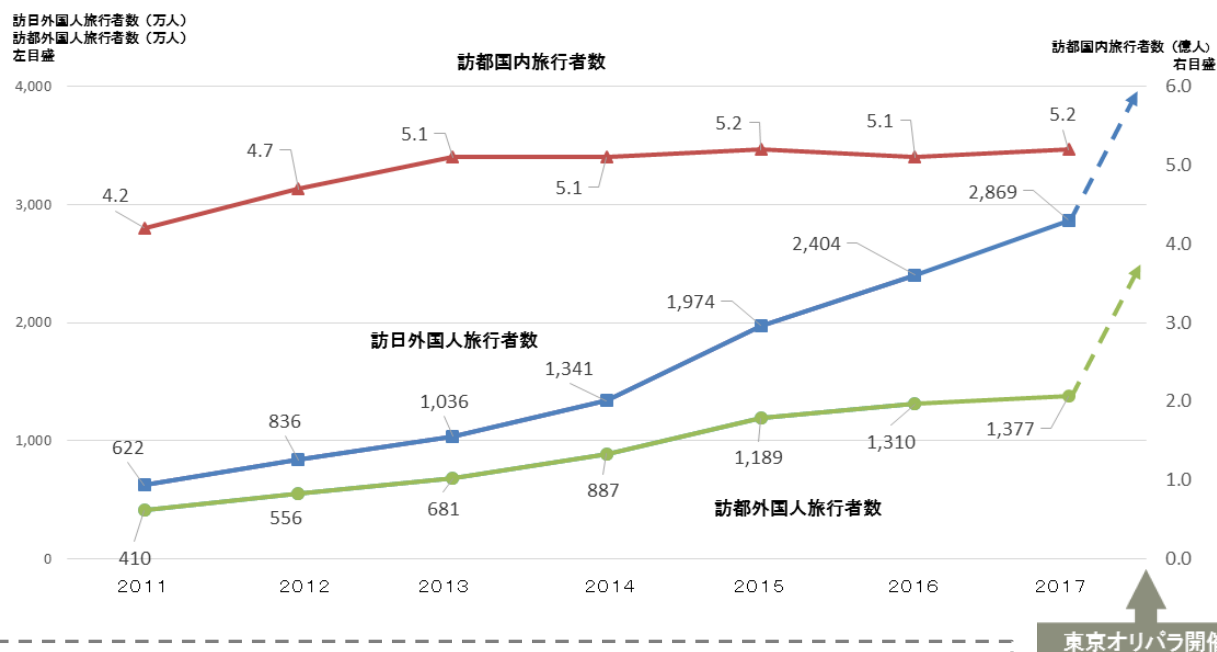
訪日外国人旅行者が快適に観光できるようこれまで以上に観光案内を行う態勢の充実を進めることが不可欠である。改正旅行業法により、ホテル・旅館をはじめ観光案内所などの拠点において、地域体験・交流型旅行商品の企画・販売促進が可能となったことから、観光案内所は地域におけるコンシェルジュ機能としての役割を果たすべく、情報提供はもとよりワンストップで観光に関する様々なサービス提供を行うことが重要である。

以 上

※参考資料

＜資料1＞旅行者数の推移（訪日・訪都における国内および外国人旅行者数）

- 2017年の訪日外国人旅行者数は、2,869万人。また、訪都外国人旅行者数は、1,377万人とどちらも過去最多を更新。



＜＜2020年目標＞＞

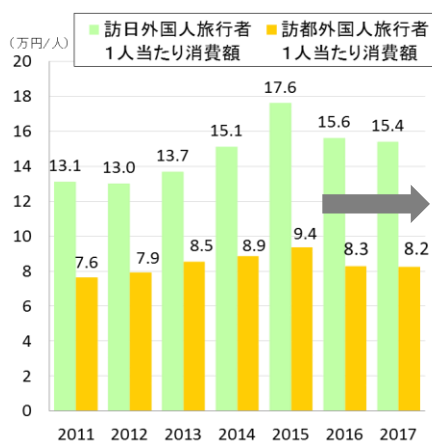
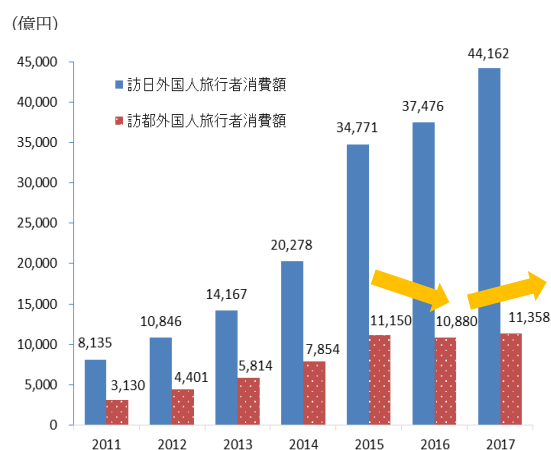
○政 府：訪日外国人旅行者数：4,000万人 ○東京都：訪都外国人旅行者数：2,500万人

東京オリパラ開催

出典：JNTO、東京都

＜資料2＞外国人旅行者消費額の推移

- 2017年の訪日外国人旅行者消費額は、4兆4,162億円。5年連続で過去最高額を更新。初めて4兆円を突破した。また、訪都外国人旅行者消費額は、約1兆1,358億円と前年比4.4%増加した。
- 一方、同年の一人当たり訪日外国人旅行者消費額および訪都外国人旅行者消費額は、前年比で横ばいとなっている。



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

東京都「東京都観光客数等実態調査」

＜資料３＞東京都と政府の目標設定の比較

	2020 年	2024 年
訪都外国人旅行者数	2,500 万人	3,000 万人
訪都外国人リピーター数	1,500 万人	1,800 万人
訪都外国人消費額	2兆 7,000 億円	設定なし
訪都国内旅行者数	6億人	設定なし
訪都国内旅行者消費額	6兆円	設定なし

出典：事務局にて作成

＜資料４＞東京都の政策目標

政策目標		目標年次	目標値	実績値
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	2019年度	外国人旅行者が多く訪れる10地域（※）及び東京2020大会会場周辺	4地域 (2016年度末)
	「街なか観光案内」の展開	2019年度		
	観光案内窓口の拡充・機能強化	2019年度	外国人旅行者が多く訪れる10地域（※）内に200か所程度	42か所 (2016年度末)
	新たな観光情報センター（多摩）の整備	2017年度	1か所	1か所（完了） (2017年6月)
デジタルサイネージの設置		2019年度	150基程度	19基 (2017年度末)
観光案内サインの設置		2019年度	600基程度	138基 (2016年度末)
外国人旅行者の無料Wi-Fi利用環境に対する満足度		2020年	90%以上に向上	71.2% (2017年)
無料Wi-Fi利用環境の向上	Wi-Fiアンテナの設置	2019年度	700か所	101か所 (2016年度末)
ボランティアの育成・活用	観光ボランティアの活用	2020年	3,000人	2,496人 (2016年度末)
	おもてなし親善大使の育成	2020年	1,000人	562人 (2016年度末)
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支援	2019年度	150件 (2017年度から2019年度まで)	-
	都の支援による観光バス等のバリアフリー化	2019年度	50台	18台 (2016年度末)
国際会議の開催件数		2024件	世界トップスリーに入る330件	6位・225件 (2016年)

※外国人旅行者が多く訪れる 10 地域：新宿・大久保、銀座、浅草、渋谷、東京駅周辺・丸の内・日本橋、秋葉原、上野、

原宿・表参道・青山、お台場、六本木・赤坂

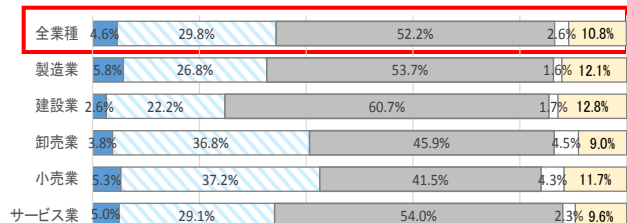
出典：東京都「PRIME 観光都市・東京 ～東京都観光産業復興実行プラン 2018～」から一部抜粋

<資料5>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売上への影響について「売上が伸びている」企業は4.6%あった。

◆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:836 社)



- 売上が伸びている
- 売上に大きな変化はない
- 自社の売上は外国人旅行者の動向と関係がないため、影響はない
- 売上が減少している
- 分からない

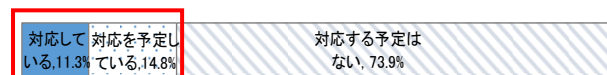
※836 社の内、資本金 1,000 万円未満(個人事業主含)は 474 社(56.7%)、同 1,000 万円超は 362 社(43.3%)。

- 外国人旅行者の需要獲得に向け「対応をしている(予定含)」企業は、26.1%となっている。

◆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:399 社)

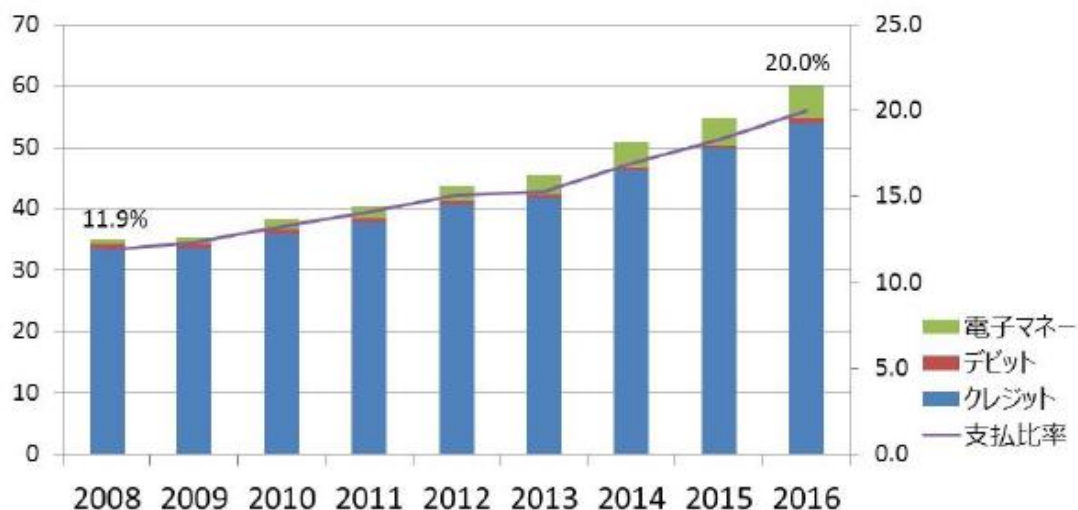


26.1%

出典：東京商工会議所「東商けいきょう 2017 年 10-12 月期」

<資料6>キャッシュレス支払額と民間最終消費支出に占める比率

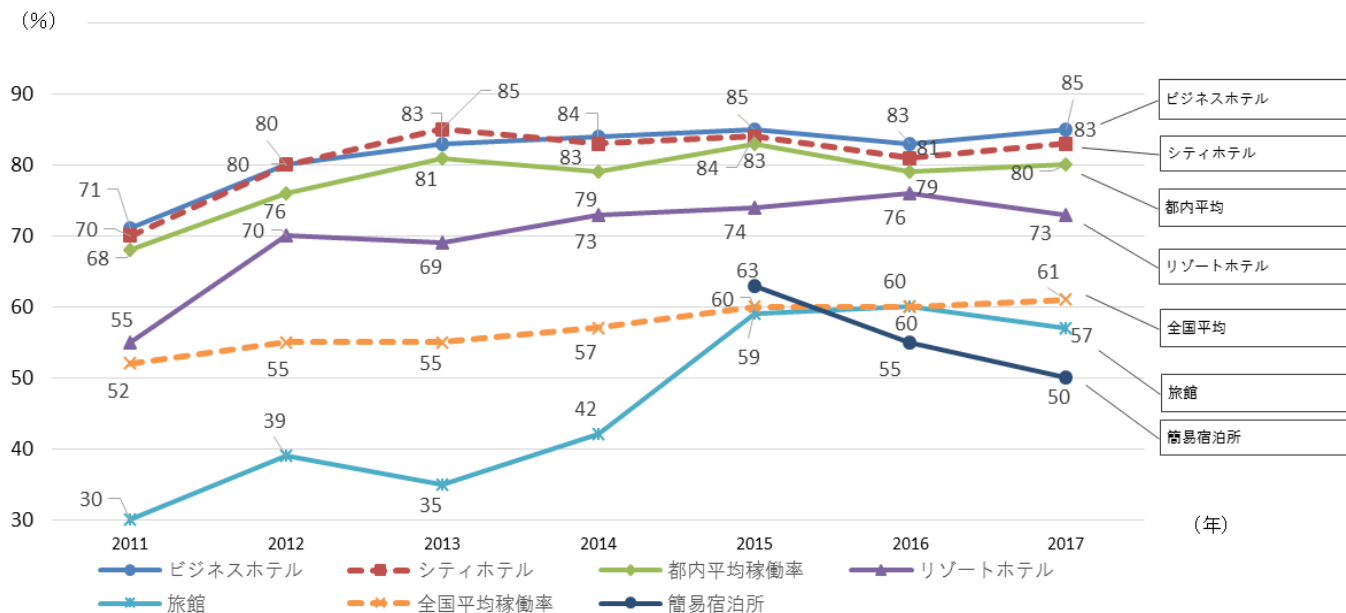
- 日本のキャッシュレス決済比率は、2008 年の 11.9%から 2016 年には 20.0%へと推移(8 年間で 8%程度の上昇)。



出典：経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」

＜資料7＞都内客室稼働率（2017 年）

- 全国平均が 61%であるのに対して、都内平均は 80%と大幅に上回っている。
- ビジネスホテルの稼働率が 85%であるのに対して、旅館の稼働率は 57%に留まり、全国平均の 61%を下回っている。

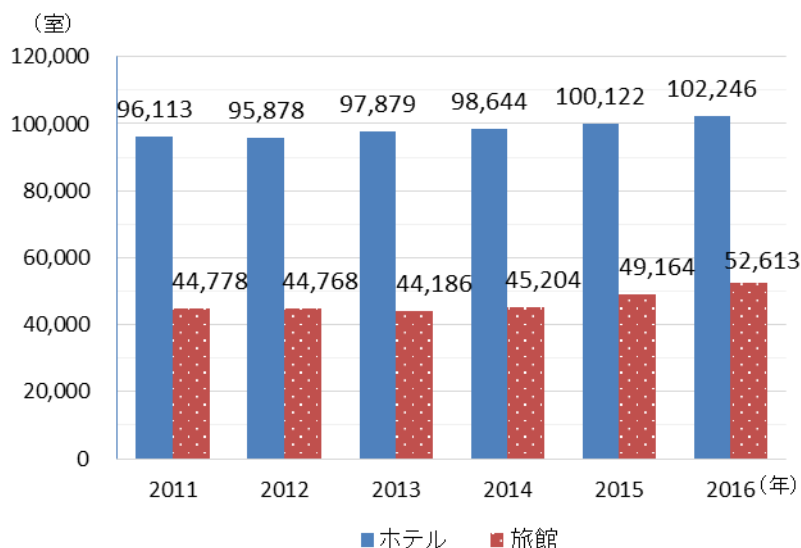


※2017 年は速報値

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

＜資料8＞都内宿泊施設の客室数（2016 年）

- ホテルと旅館を合計した都内の宿泊施設の客室数は、初めて 15 万室を超えた。



出典：厚生労働省「衛生行政報告例（生活衛生関係）」

＜資料 9＞民泊に関する 23 区条例制定の状況（2018 年 6 月 15 日時点）

- 住宅宿泊事業法（民泊新法）が、2018 年 6 月 15 日から施行された。民泊規制については、各区で温度差やバラつきがある。とりわけ、区内全体で区域制限されている区が 6 つある。

1. 区域・期間制限を含む条例を制定している自治体【18 区】

千代田区、中央区、港区、新宿区、文京区、台東区、江東区、品川区、目黒区、大田区、世田谷区、渋谷区、中野区、杉並区、荒川区、板橋区、練馬区、足立区

※区内全域で民泊営業が制限されている 6 区：但し、台東区は家主不在型の場合

2. 区域・期間制限はせず、行為規制のみの条例を制定している自治体【1 区】

豊島区

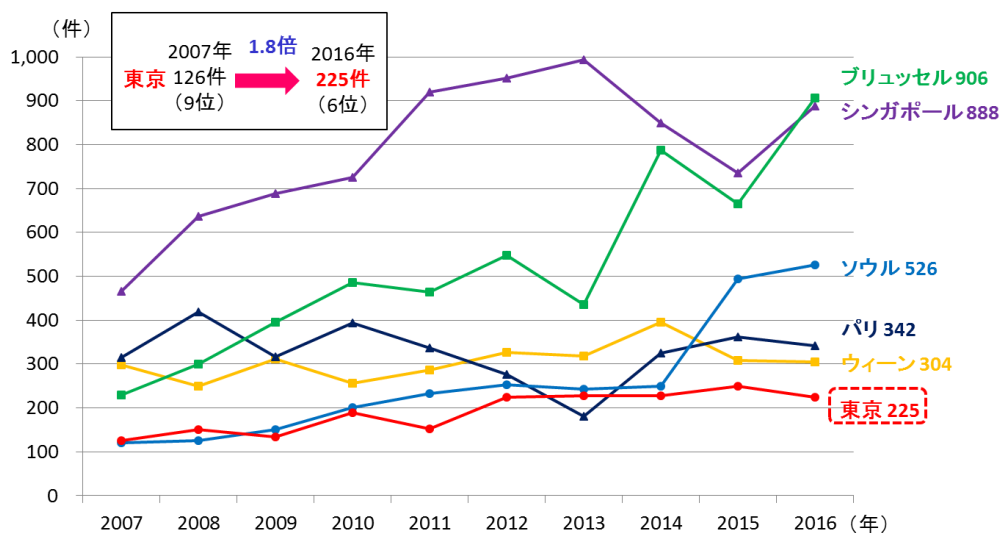
3. 条例制定を行わないこととしている自治体【4 区】

墨田区、北区、葛飾区、江戸川区

出典：観光庁の資料から、事務局が一部加工

＜資料 10＞世界各都市における国際会議の開催件数の推移

- 東京における国際会議の開催件数は、過去 10 年間で約 1.8 倍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。



出典：「国際会議統計」（UIA※）をもとに東京都が作成

※UIA（Union of International Association・国際団体連合）：

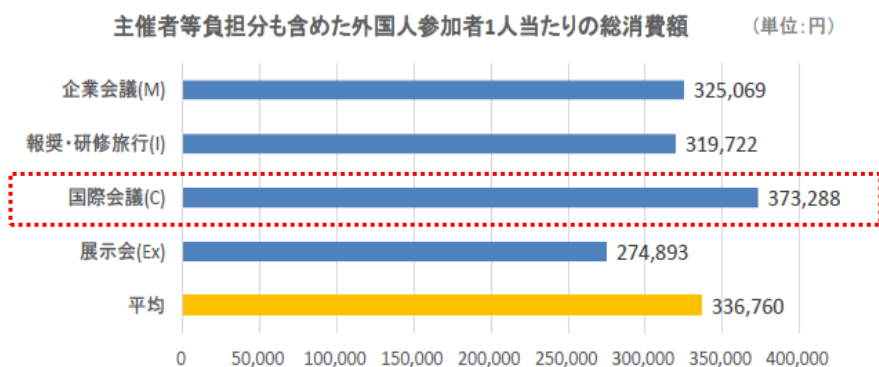
1907 年にベルギー・ブリュッセルにおいて設立された非営利・非政府の団体。6 万を超える組織団体等に関わる情報の調査・収集・分析を実施しており、その活動の一環として UIA 基準に基づく国際会議統計を 6 月頃に発表している。

<資料 1 1>国際MICE全体による経済波及効果（催事別・2016 年度開催分）

- 国際MICE全体による経済波及効果は、国際会議（C）が約 6,789 億円と最も多く、次いで、展示会（Ex）約 1,618 億円、企業会議（M）約 1,614 億円、報奨・研修旅行（I）約 569 億円となり、合計は約 1 兆 590 億円。
なかでも、国際会議（C）の経済波及効果は、前年（約 5,905 億円）に比べ 15%増加。



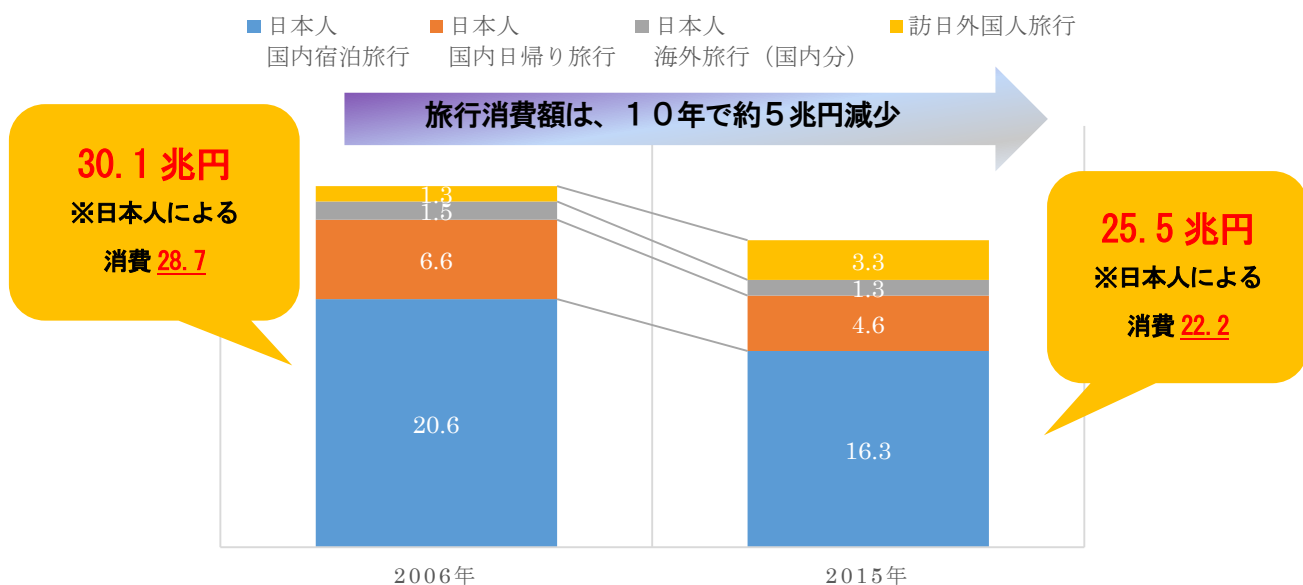
- 外国人参加者 1 人当たりの総消費額としても、国際会議（C）が約 37.3 万円と最も多い（平均は約 33.7 万円）。



出典：観光庁

<資料 1 2>国内における旅行消費額（2015 年）

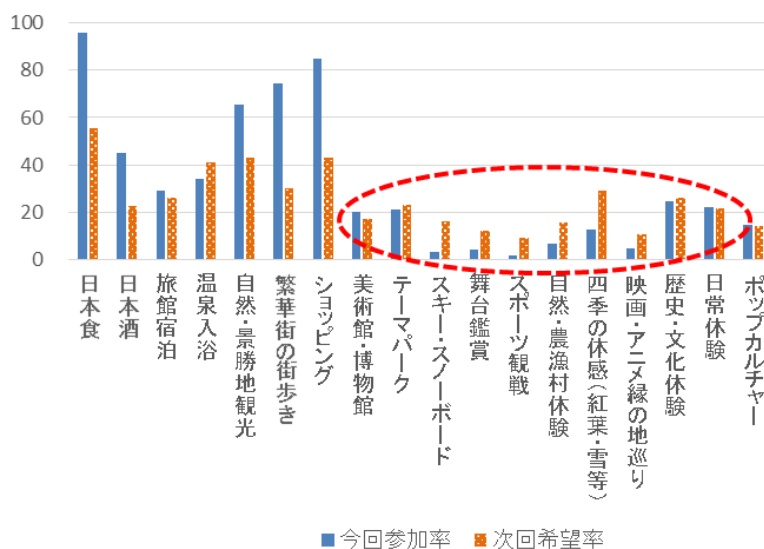
- 2015 年の国内における旅行消費額は 25.5 兆円、うち訪日外国人旅行を除いた、日本人の国内旅行および海外旅行による消費額は 22.2 兆円と、全体の 87.0%を占める。
- 国内旅行の低迷によって、2006 年の約 30 兆円以降、10 年間で約 5 兆円のマイナスとなる等、減少傾向にある。



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」
財務省・日本銀行「国際収支状況」をもとに、一部加工

＜資料１３＞訪日外国人旅行者の参加活動と次回訪問時の希望活動（２０１７年）

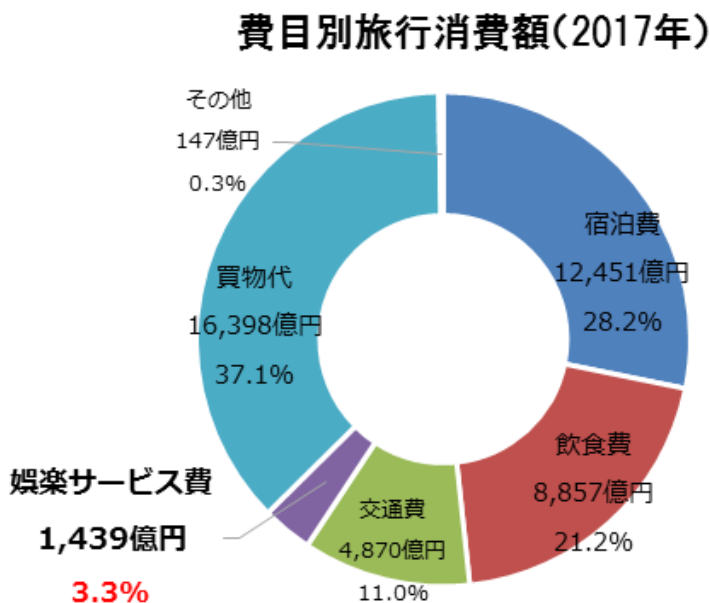
- リピーターにとって、次回訪問時の活動希望は、「日本食」「ショッピング」「自然・景勝地観光」「温泉入浴」「繁華街の街歩き」の順で高かった。
- 初回時に比べて、「四季の体感」「自然・農漁村体験」や「スキー・スノーボード」など「コト消費」への人気が高まっている。



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに、一部加工

＜資料１４＞訪日外国人旅行者の費目別旅行消費額（２０１７年）

- 現地ツアーや芸術鑑賞、スポーツ観戦などへの支出を示す娯楽サービス費は、支出全体の３.３％（１,４３９億円）に過ぎない。



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに、一部加工

<資料15>ナイトタイムエコノミー（ロンドン）

- 世界の都市総合力ランキング世界1位（東京3位）。
- 2016年8月よりロンドンの地下鉄の24時間運行開始（現在は5路線/毎週金曜日と土曜日のみ運行）。
- 2016年11月に行政とナイトカルチャーを繋ぐ存在として「ナイトメイヤー（夜の市長※）」の導入。

順位	都市(国名)
1位	ロンドン(イギリス)
2位	ニューヨーク(アメリカ)
3位	東京(日本)
4位	パリ(フランス)
5位	シンガポール
6位	ソウル(韓国)
7位	アムステルダム(オランダ)
8位	ベルリン(ドイツ)
9位	香港(中国)
10位	シドニー(オーストラリア)

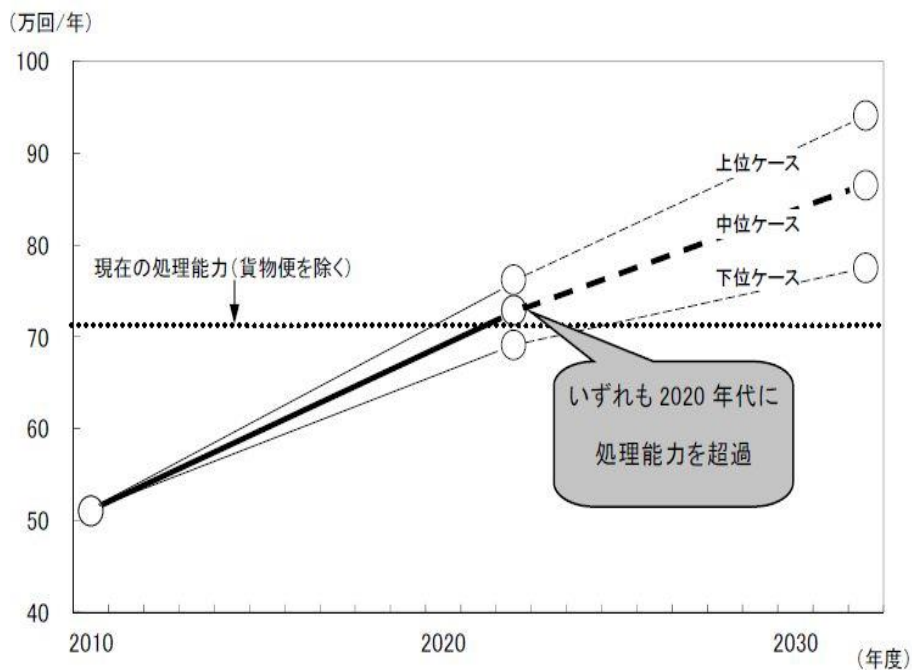
出典：森記念財団「世界の都市総合力ランキング（2017年）」をもとに、一部加工

※ナイトメイヤー：

ナイトタイムエコノミー振興の「顔役」として、PR活動に従事して広告塔の役割を果たすほか、産業界・行政部局などとの「調整役」として、規制の見直しなどを働きかける。アムステルダムではナイトメイヤーの発案によって、クラブの閉店時間（朝4時、週末5時）を延長して営業することが可能となり、閉店後に起きていた騒音の問題が解消。

<資料16>首都圏空港（羽田・成田）の航空需要予測

- わが国のゲートウェイである首都圏空港は、概ね2020年代には、現在の空港処理能力の限界に達する見込みである。



出典：東京都

<資料 17>クルーズ船の寄港回数（2012 年～2017 年）

●2017 年（1 月～12 月：速報値）の訪日クルーズ船の寄港回数は、2,765 回となり、過去最高を記録。

順位	2012年		2013年		2014年		2015年		2016年		2017年 ※速報値	
	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	142	横浜	152	横浜	146	博多	259	博多	328	博多	326
2	博多	112	神戸	101	博多	115	長崎	131	長崎	197	長崎	267
3	神戸	110	石垣	65	神戸	100	横浜	125	那覇	193	那覇	224
4	長崎	73	那覇	56	那覇	80	那覇	115	横浜	127	横浜	178
5	那覇	67	東京	42	長崎	75	神戸	97	神戸	104	石垣	132
6	石垣	52	長崎	39	石垣	73	石垣	84	石垣	95	平良	130
7	名古屋	43	博多	38	小樽	41	鹿児島	53	平良 (宮古島)	86	神戸	117
8	鹿児島	34	名古屋	35	函館	36	佐世保	36	鹿児島	83	鹿児島	108
9	別府	34	二見 (父島)	29	鹿児島	33	名古屋	34	佐世保	64	佐世保	84
10	大阪	33	広島	26	名古屋	30	広島	32	広島	47	八代	66
	その他	405	その他	418	その他	475	その他	488	その他	693	その他	1133
	合計	1,105	合計	1,001	合計	1,204	合計	1,454	合計	2,017	合計	2,765

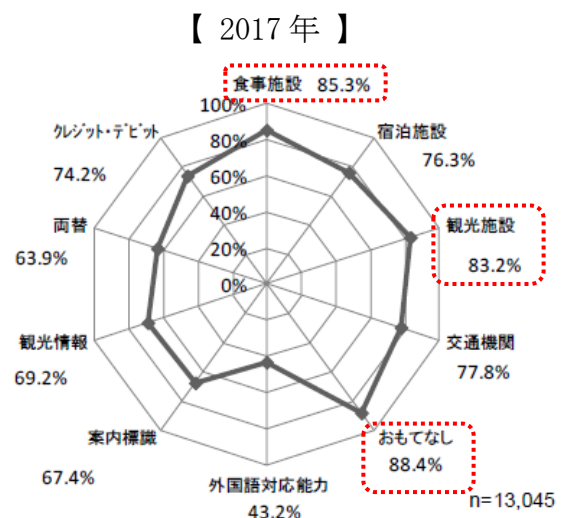
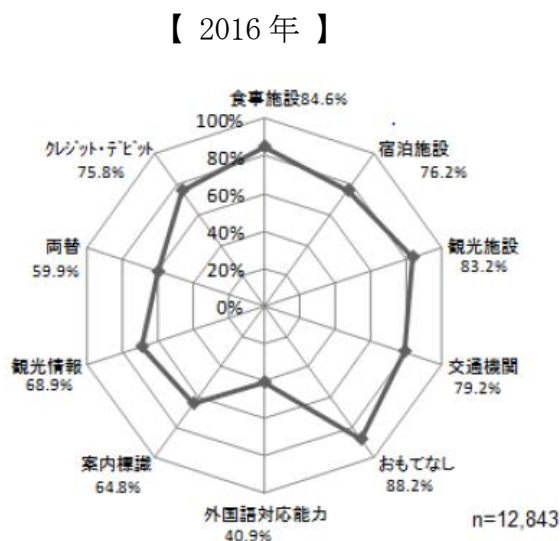
出典：国土交通省「2017 年の我が国のクルーズ等の動向（調査結果）」

<資料 18>項目別満足度

●2017 年、全体では「おもてなし」88.4%、「食事施設」85.3%、「観光施設」83.2%がそれぞれ 80%以上と高い満足度になっている。

一方、「外国語対応能力」の満足度は 43.2%と低い。

●2016 年と比較すると、「クレジットカード・デビットカードの使いやすさ」「交通機関」については、わずかに満足度が低下している。



出典：東京都「平成 29 年度国別外国人行動特性調査報告書」

<資料 19>パリ観光局と商工会議所の取組み（「国別接客マニュアル」）

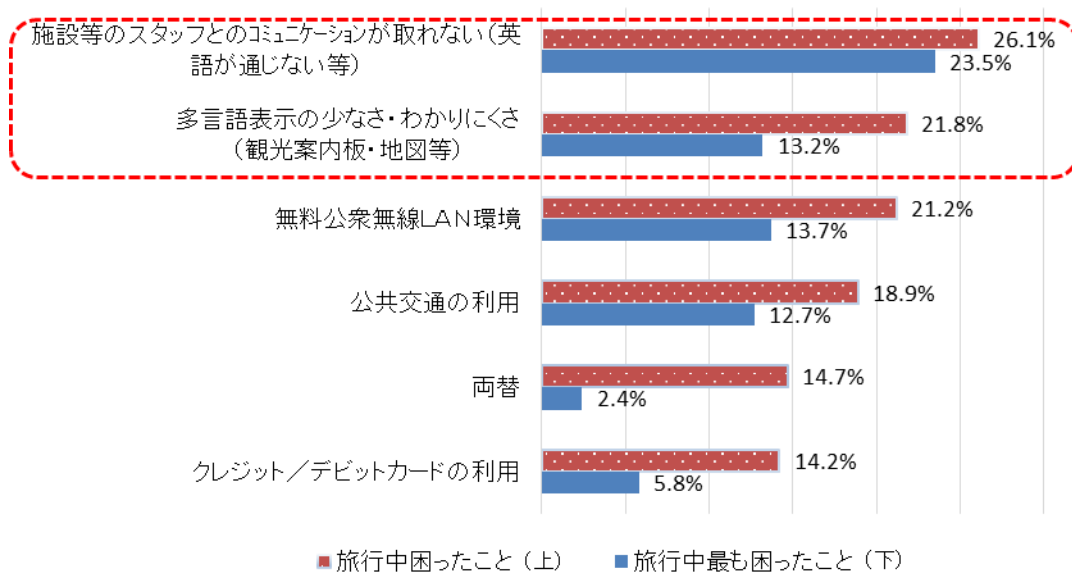
- 仏・パリの観光局と商工会議所は、外国人観光客に友好的に接するのに役立つ各国国民に特有な行動形態などを盛り込んだ「国別接客マニュアル（『Do you speak Touriste?』）」を作成し、タクシー運転手、ホテルやレストラン従業員等に配布をしている。



出典：CCI PARIS ILE-DE-FRANCE

<資料 20>訪日外国人旅行者が旅行中に困ったこと（2017 年）

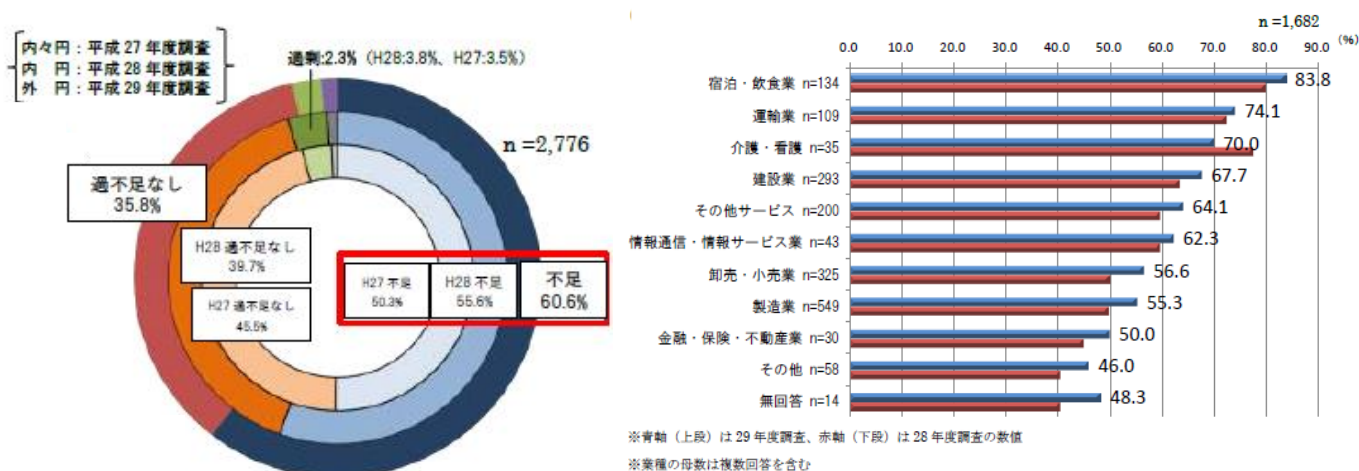
- 上位には、コミュニケーションや多言語表示など「言葉の問題」が挙がっている。



出典：観光庁「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート結果」をもとに、一部加工

＜資料 2 1＞人員の過不足状況（左）と業種別の内訳（右）

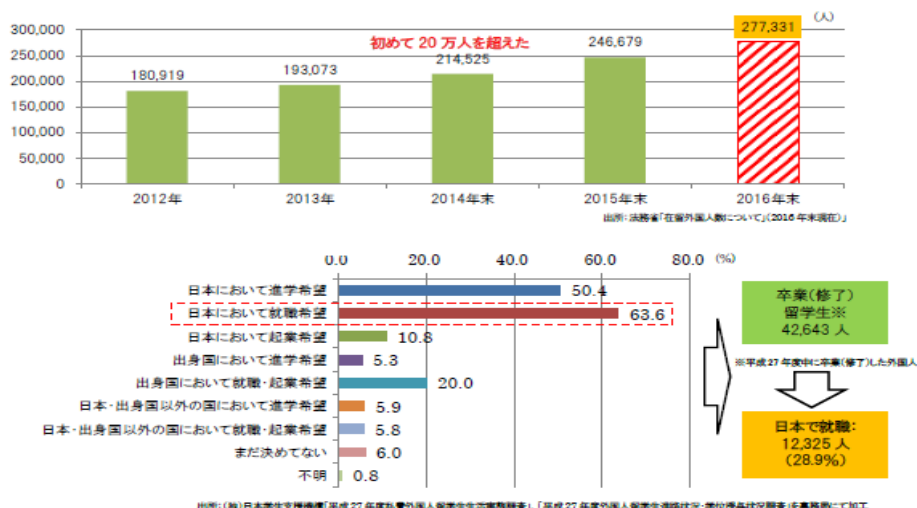
- 中小企業全体で「人手不足」と回答した割合が3年連続で上昇し、直近の調査では6割以上に達する。そのうち、宿泊・飲食業では8割超が「人手不足」と回答。



出典：日本商工会議所「人手不足等への対応に関する調査」

＜資料 2 2＞外国人留学生推移（上）と外国人就学生の卒業後の進路状況（下）

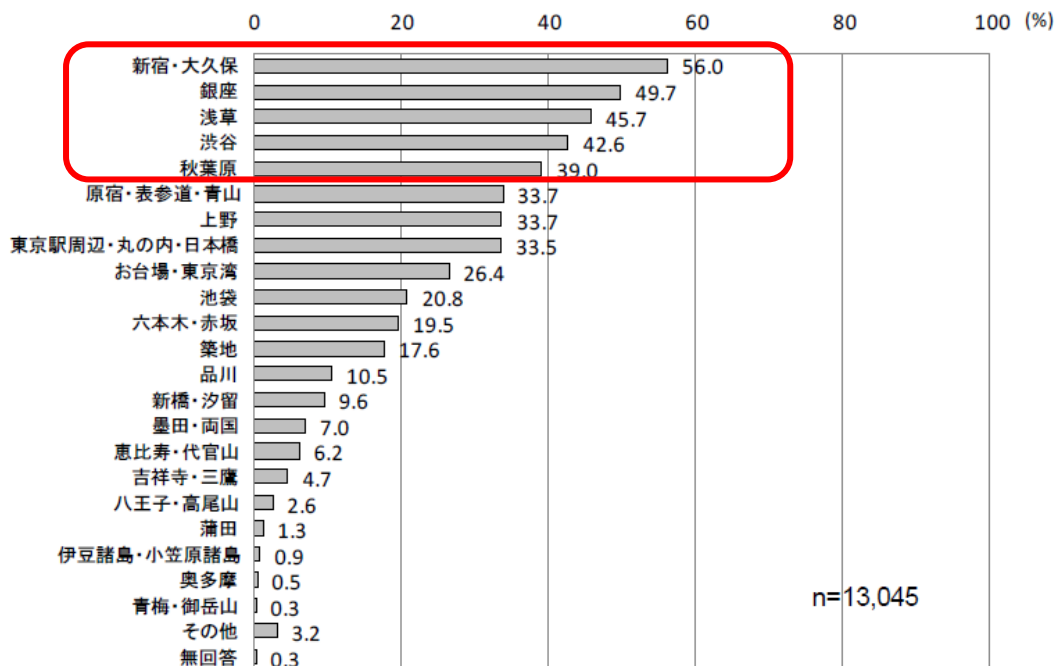
- 来日する外国人留学生は年々増加しており、2014 年末には 20 万人を超えた（214,525 人）。留学生の卒業後の進路をみると、日本で就職を希望する留学生が約 6 割である一方、実際に日本で就職した者は卒業生全体の 3 割程度（約 12,000 人）に留まっている。



出典：東京商工会議所「今後の外国人材の受け入れのあり方に関する意見」

＜資料２３＞都内における外国人旅行者の訪問先

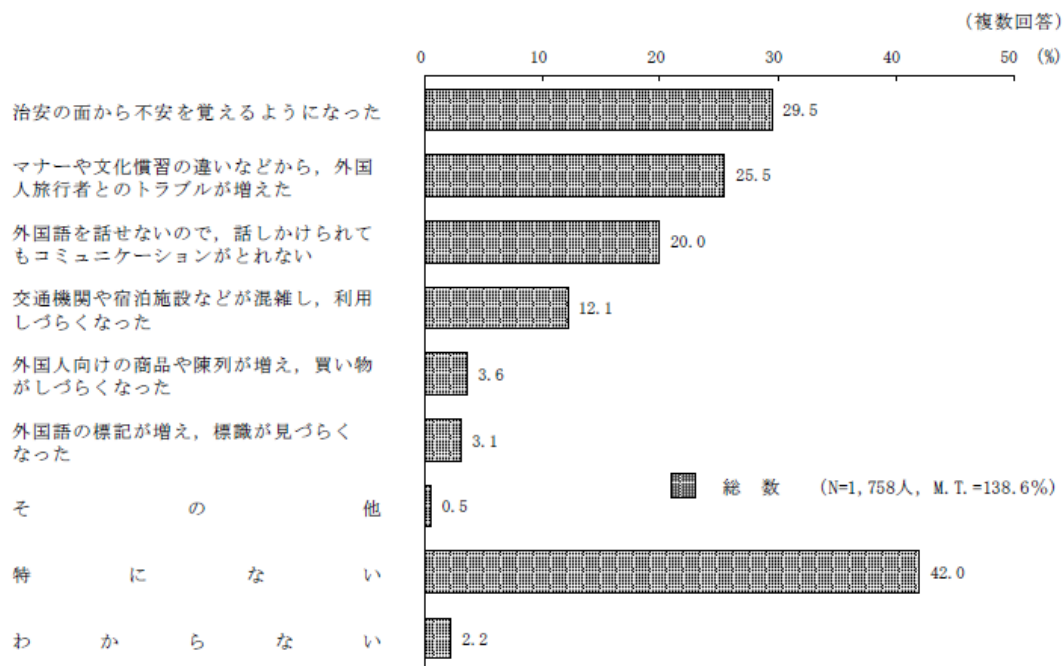
- 訪都外国人旅行者が多く訪れた地域は、「新宿・大久保」「銀座」「浅草」「渋谷」「秋葉原」の順で、都心部が中心となっている。



出典：東京都「平成 29 年度国別外国人行動特性調査報告書」

＜資料２４＞訪日外国人旅行者の増加により困っていること

- 上位３項目は、「治安の面から不安を覚えるようになった」「マナーや文化慣習の違いなどから、外国人旅行者とのトラブルが増えた」「外国語を話せないので、話しかけられてもコミュニケーションがとれない」の順になっている。



出典：内閣府「観光立国の実現に関する世論調査の概要」

2 0 1 8 年 度 第 5 号

2 0 1 8 年 7 月 1 3 日

第 7 0 8 回 常 議 員 会 決 議