

挑みつづける、変わらぬ意志で。



ツーリズム産業の基幹産業化に向けた 産業振興に関する重点要望（概要）

2023年6月8日

委員会名称変更

(前期)

観光委員会



(今期)

Travel & Tourism 委員会
旅行 移動・交流

→ 裾野が広いツーリズム産業の基幹産業化をはかる

活動方針

1. 政策提言・調査研究

ツーリズム産業の振興に向けた、会員企業の意見集約、観光施策への反映

【おもな取組】国・都向け要望策定・働きかけ、支部役員との観光に関する懇談会 等

2. 普及啓発・情報発信

地域資源を活用した東京の魅力発信およびシビックプライド（郷土愛）醸成

【おもな取組】東京の魅力再発見プロジェクト推進 等

3. 地域交流・意見交換

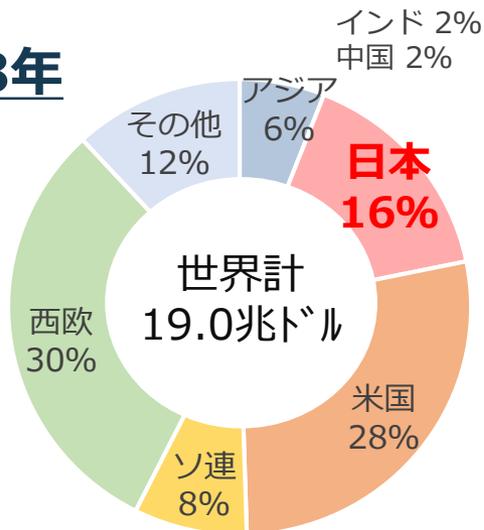
都内観光関連団体との連携による交流創造

【おもな取組】23区観光協会等との事業WG 等

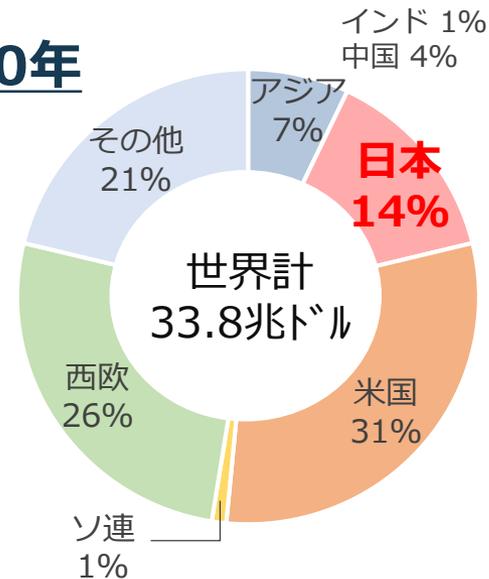


基本認識（世界のGDPシェアの推移）

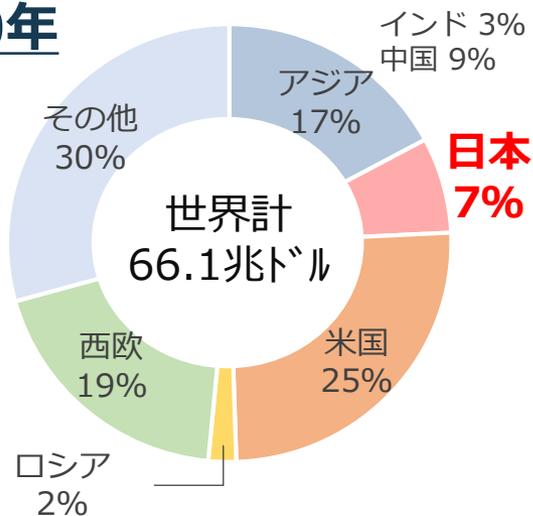
1988年



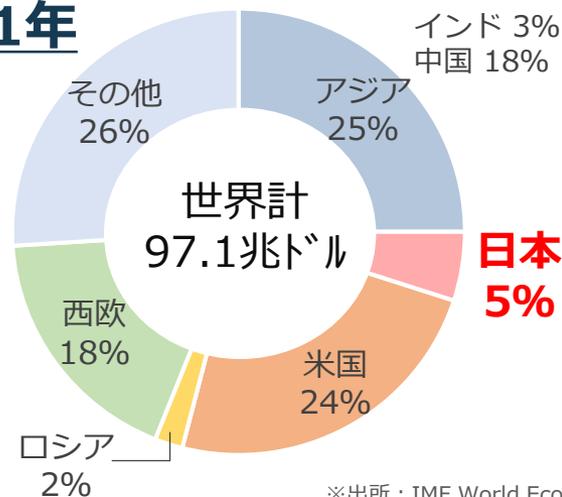
2000年



2010年



2021年



※出所：IMF World Economic Outlook

日本のシェアは17.9%(1994年)をピークに下落

基本認識 (1人あたりGDPランキングの推移)

1990年			2000年			2010年			2022年		
順位	国名	(ドル)	順位	国名	(ドル)	順位	国名	(ドル)	順位	国名	(ドル)
1	スイス	38,666	1	ルクセンブルク	49,183	1	ルクセンブルク	106,185	1	ルクセンブルク	127,580
2	ルクセンブルク	33,204	2	日本	38,534	2	ノルウェー	87,309	2	ノルウェー	106,328
3	スウェーデン	29,794	3	ノルウェー	38,067	3	スイス	74,908	3	アイルランド	103,176
4	フィンランド	28,507	4	スイス	38,007	4	カタール	72,953	4	スイス	92,371
5	ノルウェー	28,189	5	米国	36,433	5	サンマリノ	64,631	5	カタール	84,425
6	デンマーク	26,922	6	アラブ首長国連邦	34,689	6	デンマーク	58,177	6	シンガポール	82,808
7	アラブ首長国連邦	26,622	7	アイスランド	31,571	7	オーストラリア	56,360	7	米国	76,348
8	アイスランド	25,581	8	デンマーク	30,804	8	スウェーデン	51,869	8	アイスランド	73,998
9	日本	25,196	9	カタール	29,914	9	マカオ	50,921	9	デンマーク	66,516
10	米国	23,914	10	スウェーデン	29,252	10	オランダ	50,433	10	オーストラリア	65,526
11	フランス	22,600	11	イギリス	27,828	11	アイルランド	48,674	11	オランダ	56,489
12	オーストリア	21,779	12	アイルランド	26,154	12	米国	48,310	12	スウェーデン	55,689
13	カナダ	21,495	13	オランダ	25,996	13	カナダ	47,513	13	カナダ	55,085
14	オランダ	21,002	14	香港	25,578	14	オーストリア	46,757	14	イスラエル	54,710
15	イタリア	20,691	15	オーストリア	24,589	15	シンガポール	46,569	15	オーストリア	52,265
16	イギリス	20,668	16	フィンランド	24,347	16	フィンランド	46,392	16	アラブ首長国連邦	51,306
17	ベルギー	20,229	17	カナダ	24,221	17	ベルギー	44,691	17	フィンランド	50,655
18	ドイツ	20,174	18	ドイツ	24,009	18	日本	44,674	18	ベルギー	50,114
19	オーストラリア	18,866	19	シンガポール	23,793	19	ドイツ	42,642	19	サンマリノ	49,555
20	バハマ	16,076	20	フランス	23,318	20	フランス	42,249	20	香港	49,226

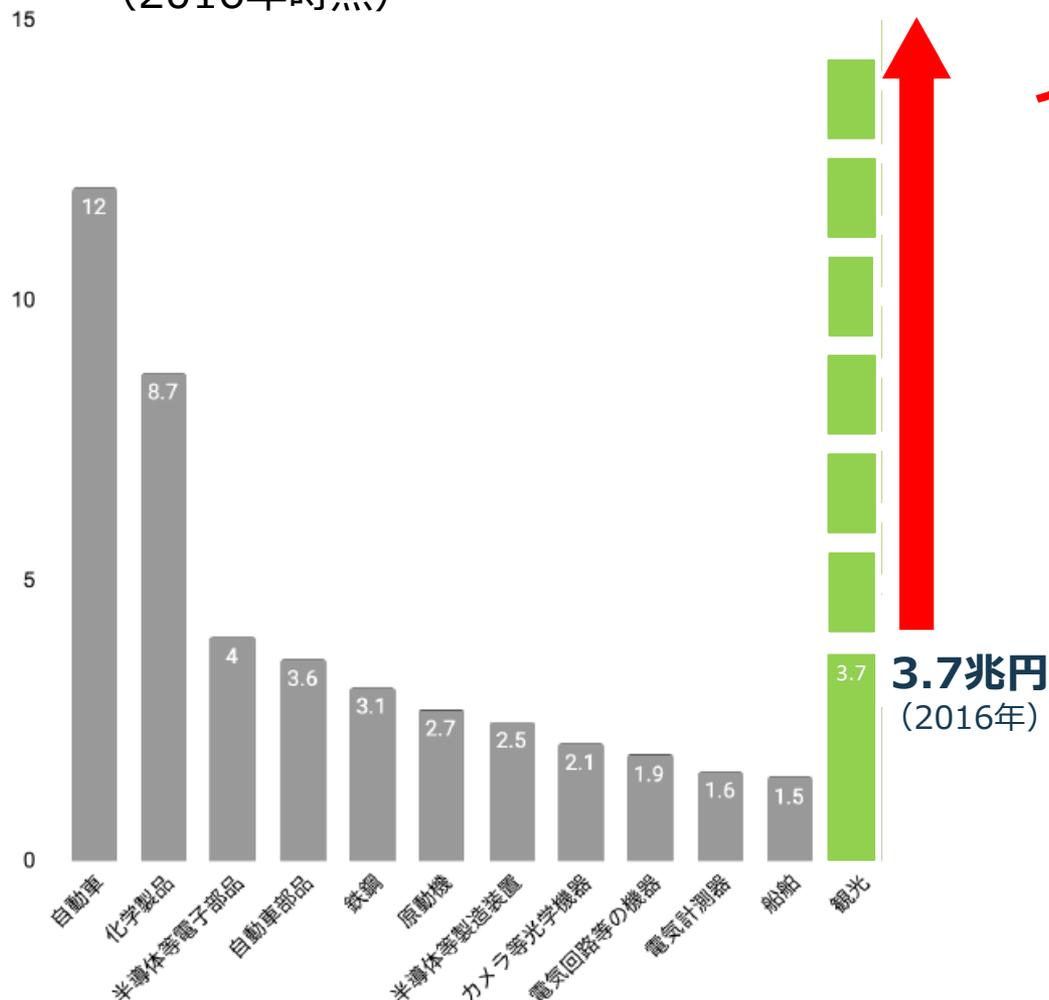
31	日本	33,822
----	----	--------

※出所：IMF World Economic Outlook

1人あたりGDPにおいて、日本はもはやアジアの先頭ではない
 (2000年 アジア1位、世界2位 → 2022年 アジア3位、世界31位)

基本認識 (2030年インバウンド消費額目標)

日本の品目別輸出額と インバウンド市場 (2016年時点)



国は2030年に
インバウンド消費額15兆円
(旅行者数6,000万人)
を目指す

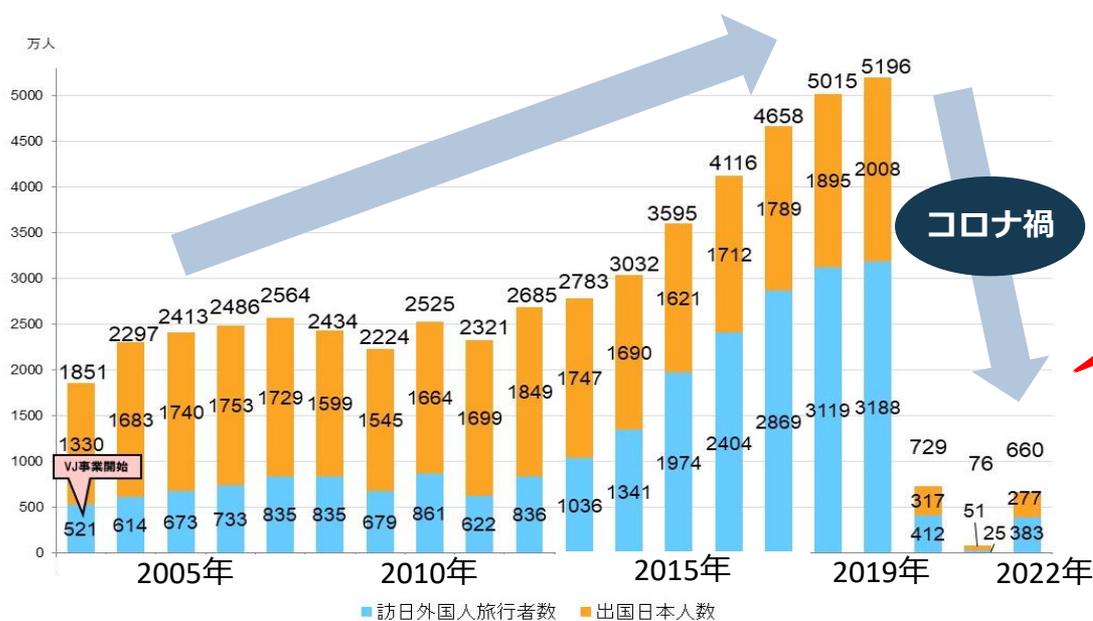
全産業において
トップの外貨獲得産業に

(2016年時点の数値と比較)

- 重要イベントを起爆剤として本格的に
国内交流/国際交流が回復
- 東京のさらなる国際競争力強化に向けた
施策の強化が重要



訪日外国人旅行者数・出国日本人数の推移



出典：日本政府観光局(JNTO)

大阪・関西万博（政府試算）

- ・ 来場者 約2,820万人
（うち訪日外国人350万人）
- ・ 経済効果 約1.9兆円

- 安全性（マナー、治安の良さ）
- 清潔さ（公共空間での美意識）
- 接客サービス（おもてなし）
- 精神性（他者への感謝、謙虚さ）
- 伝統芸能（能・狂言、歌舞伎）
- 伝統音楽（太鼓、雅楽）
- 伝統工芸（江戸切子、江戸更紗）
- 華道・茶道・書道、盆栽
- 和食、和菓子
- スポーツ
- サブカル（漫画、アニメ、ゲーム）
- 医療（ハイレベルな医療技術）

・

・

魅力的な資源を有しながら、
ブランド化と文化教育に課題感

1

観光都市東京のさらなる国際競争力強化

2

「国際文化都市東京」の実現

3

ツーリズム産業の持続的発展



国内外との双方向の交流促進
ツーリズム産業の基幹産業化

国向け要望項目

1. **観光都市としての東京のさらなる国際競争力強化**
2. ツーリズム産業の持続的発展を促す支援の拡充
3. 魅力的な地域資源を活かした「国際文化都市東京」の実現

東京都向け要望項目

1. **魅力的な地域資源を活かした「国際文化都市東京」の実現**
2. 観光都市としての東京のさらなる国際競争力強化
3. ツーリズム産業の持続的発展を促す支援の拡充

観光都市としての東京のさらなる国際競争力強化 (国向け重点要望項目)

- (1) 東京を核とした国内外における相互交流の促進
～大阪・関西万博による人流を東京、そして全国へ～
- (2) 国内外から東京へのビジネス誘客促進
(MICEの受入環境整備・誘致促進など)
- (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

■ 東京は観光都市としての力が他都市に比べて相対的に低下する懸念

2022年 観光GDP貢献額トップ10都市

1. パリ	360億ドル (約4.6兆円)
2. 北京	330億ドル (約4.2兆円)
3. オランダ	310億ドル (約4兆円)
4. 上海	300億ドル (約3.8兆円)
5. ラスベガス	230億ドル (約2.9兆円)
6. ニューヨーク	211億ドル (約2.7兆円)
7. 東京	180億ドル (約2.3兆円)
8. メキシコシティ	170億ドル (約2.2兆円)
9. ロンドン	150億ドル (約1.9兆円)
10. 広州	130億ドル (約1.7兆円)

同 2032年予測

1. 北京	770億ドル (約9.9兆円)
2. 上海	710億ドル (約9.1兆円)
3. パリ	490億ドル (約6.3兆円)
4. オランダ	450億ドル (約5.8兆円)
5. ラスベガス	370億ドル (約4.7兆円)
6. 広州	350億ドル (約4.5兆円)
7. ニューヨーク	340億ドル (約4.4兆円)
8. マカオ	330億ドル (約4.2兆円)
9. バンコク	320億ドル (約4.1兆円)
10. 東京	300億ドル (約3.8兆円)



魅力的な地域資源を活かした「国際文化都市東京」の実現 (東京都向け重点要望項目)

- (1) 地場産業や歴史・文化・芸術・スポーツ資源との連携による交流促進と情報発信の強化
- (2) 高品質な製品・伝統工芸品などのブランド化・銘品化
- (3) シビックプライド（郷土愛）醸成に向けた文化教育拡充

■ 東商としてもブランド化やシビックプライド醸成に貢献

<東京三昧カレンダー>

地域に密着したイベント・観光情報デジタルブック



<TOKYO Showcase>

銘品・逸品を揃えた物産展



<視察会>

東京の歴史・文化を学ぶ



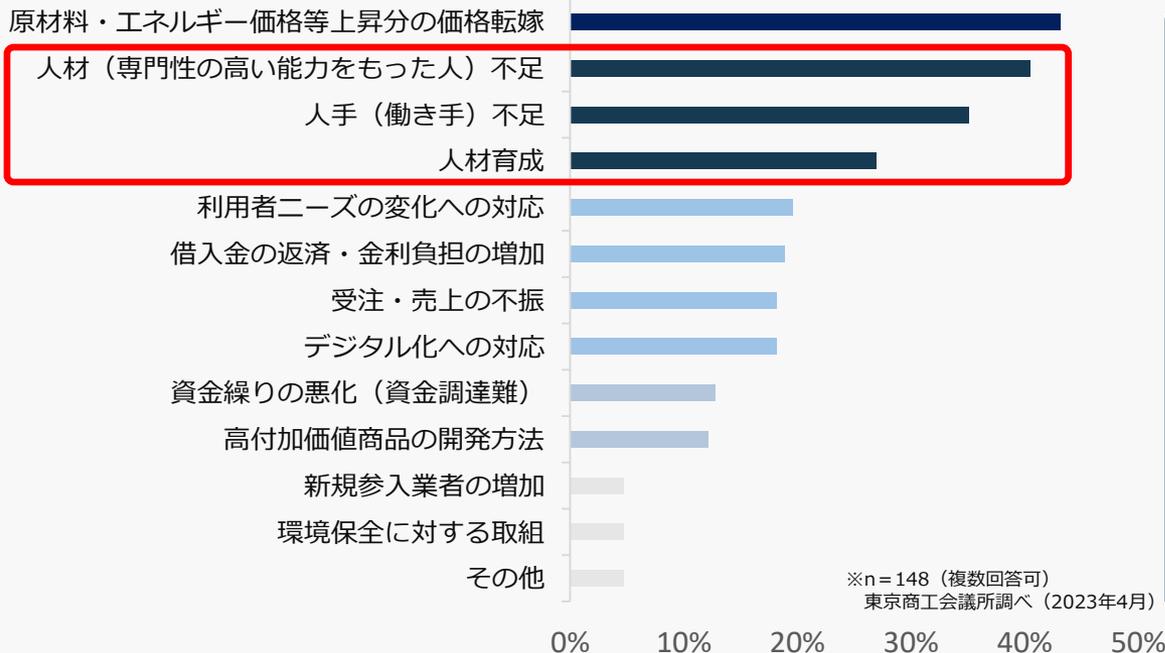
ツーリズム産業の持続的発展を促す支援の拡充

- (1) 質の高い商品・サービス提供を維持するための人材確保・育成、生産性向上支援
- (2) ツーリズム産業全体の取引適正化に向けた取組支援
- (3) 事業継続に必要な当面の資金繰り支援

■ 観光関連事業者は人材/人手不足や人材育成が喫緊の課題

観光関連事業者が抱える経営課題

企業の主な声



- ・コロナ禍で業界を離れた調理・サービススタッフが戻ってこない。先行き不安により、専門学校卒業生の就職希望者数も大幅に減少。(宿泊業)
- ・慢性的な人材不足の状態であり、業務効率化への支援が必要。(宿泊業)
- ・料理人も技術職だが、時間と費用の問題から中堅を採用せざるを得ない。若手育成のための支援が望まれる。(飲食業)
- ・仕入価格上昇が業績を圧迫。(卸売業)
- ・コロナ禍が続く中、3年間据置のコロナ融資の返済が始まり、資金繰りが厳しい。さらなる猶予が必要。(菓子製造販売業)

挑みつづける、変わらぬ意志で。

