

# 東京の観光振興策に関する意見

## ～「世界最高の観光都市・東京」の着実な実行に向けて～

2017年7月14日  
東京商工会議所

### I. 基本的な考え方

観光は、東京の成長、地域活性化の切り札として、需要の拡大や雇用機会の創出など、幅広い関連産業に大きな経済波及効果をもたらすばかりでなく、魅力ある都市空間の形成や伝統の継承、文化の創造など、地域社会の価値向上にも重要な役割を果たしている。

円安基調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、2015年には訪日外国人旅行者数が45年ぶりに出国日本人数を上回っている。また、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。3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、「世界最高の観光都市」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。東京と地方都市とは、それぞれの持つ魅力を高め、その違いを際立たせ相互に補完・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。

政府は2016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8兆円などの高い目標を設定し、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。

こうした状況のなか、東京都は都の観光振興を戦略的に進めるため、2017年1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2017」（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、2020年の訪都外国人旅行者数2,500万人、同年の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を掲げている。

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、「世界最高の観光都市・東京」の着実な実行に向けて、重要な事項を幅広い観点から意見をとりまとめたものである。

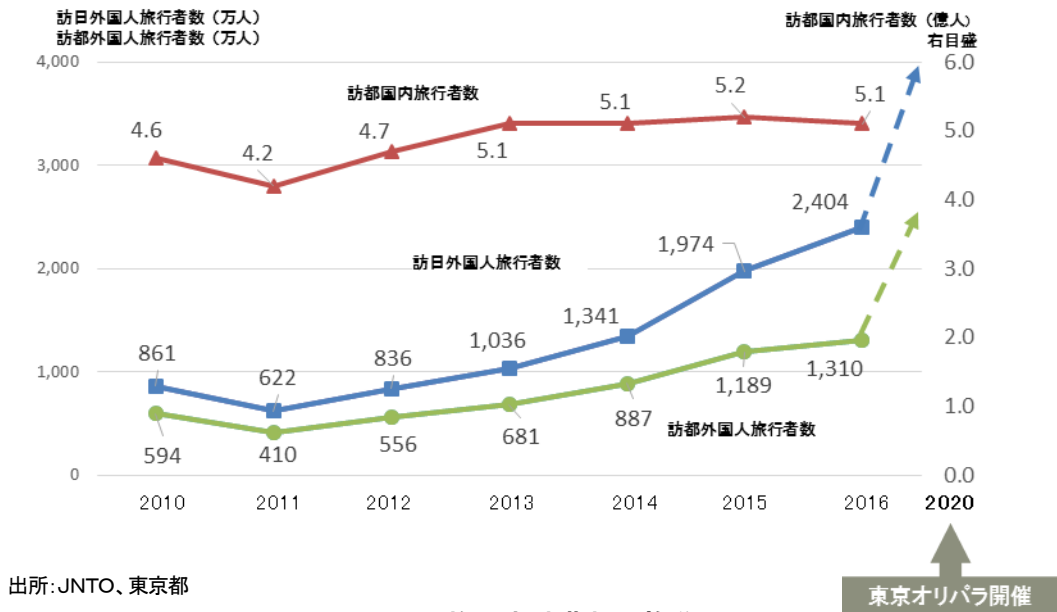
## 【目標設定のあり方】

観光実行プランにおいて、政府が 2016 年 3 月に公表した「明日の日本を支える観光ビジョン」等を踏まえ、2020 年までに年間 2,500 万人、2024 年までに年間 3,000 万人の訪都外国人旅行者数といった高い目標が設定されている。また、大きな経済波及効果をもたらすことから、旅行者数に加え、「訪都外国人消費額」、「外国人リピーター数」や「訪都国内旅行者消費額」等が新たに目標設定されている。

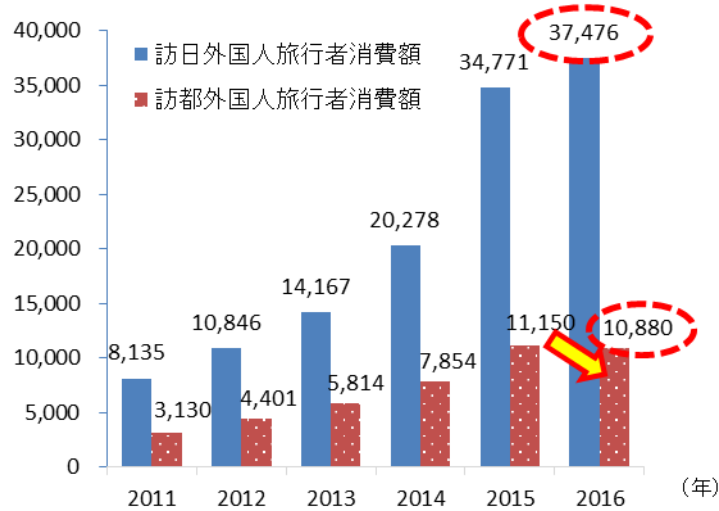
本年 5 月に公表された、2016 年の訪都外国人旅行者数は、対前年比で約 10% 増となる 1,310 万人となり、この 10 年間で約 2.7 倍となるなど、引き続き増加しているものの、訪都外国人消費額は対前年比で約 2.4% 減となる 1 兆 900 億円とわずかに減少しており、今後は量だけでなく質の向上が求められるところである。

今回、観光実行プランに掲げられた目標数値・施策については、進捗を毎年確認し、機動的な見直しを図ることにより、観光を巡る急速な環境変化に迅速かつ的確に対応していくことが重要である。

### 旅行者数の推移



### 外国人旅行者消費額の推移



## 東京都と政府の目標設定の比較

2020年目標	東京都	政府
外国人旅行者数	2,500万人	4,000万人
外国人リピーター数	1,500万人	2,400万人
外国人消費額	2.7兆円	8兆円
日本人国内旅行者数	6億円	—
日本人国内旅行者消費額	6兆円	21兆円
地方部での外国人延べ宿泊者数	—	7,000万人泊

出所: 政府「明日の日本を支える観光ビジョン」  
東京都「東京都観光産業振興実行プラン」

### 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2,500万人(2020年)
訪都外国人旅行者数 年間3,000万人(2024年)
外国人旅行者の無料Wi-Fi利用環境に対する満足度 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 大会ボランティアと合わせて9万人以上(2020年)
外国人おもてなし語学ボランティアの育成 5万人(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 外国人が多く訪れる10地域(2019年度)
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200か所程度(2019年度)

#### 【無料Wi-Fi】

Wi-Fiアンテナの設置 700基程度アンテナを設置(2019年度)
東京2020大会競技施設 全競技施設で対応(2020年度)

#### 【新たな賑わい創出】

隅田川における恒常的な賑わい創出 4エリア(浅草、両国、佃・越中島、築地)(2024年度)
---

#### 【バリアフリー化】

東京2020大会の会場のバリアフリー化(2020年)
競技会場や観光施設周辺等の都道のバリアフリー化(2019年度)
駅や生活関連施設等を結ぶ都道のバリアフリー化(2024年度)
駅のホームドア整備(競技会場周辺等の主要駅、空港アクセス駅)(2020年)
駅のエレベーター整備による1ルートの確保(地下鉄全駅)

#### 【景観】

東京駅周辺における景観整備 東京駅丸の内駅前広場・行楽通り(2017年度)、皇居前鍛冶橋線(2018年度)
文化財庭園における建造物の復元 浜離宮恩賜庭園 鷹の茶屋(2017年度)、小石川後楽園 唐門(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 110件(2020年度)
景観形成特別地区の追加指定等11地区(2020年度)

#### 【自転車】

自転車走行空間の整備 優先整備区間等264km/自転車推奨ルート約200km(2020年)
広域的なシェアサイクル(2020年)
自転車乗り入れの多い駅周辺での自転車ナビマーク等の整備 100地区(2019年度)

#### 【芸術文化】

文化プログラムの展開(2020年度)
芸術文化拠点の魅力向上(2020年度)
アール・ブリュットの普及促進(2019年度)

#### 【東京港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(2020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「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～」

## 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。2016年の訪都旅行者の消費額は1兆900億円であり、2015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倍程度に相当する約12兆9千億円に達する。

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、観光消費額を拡大し、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。

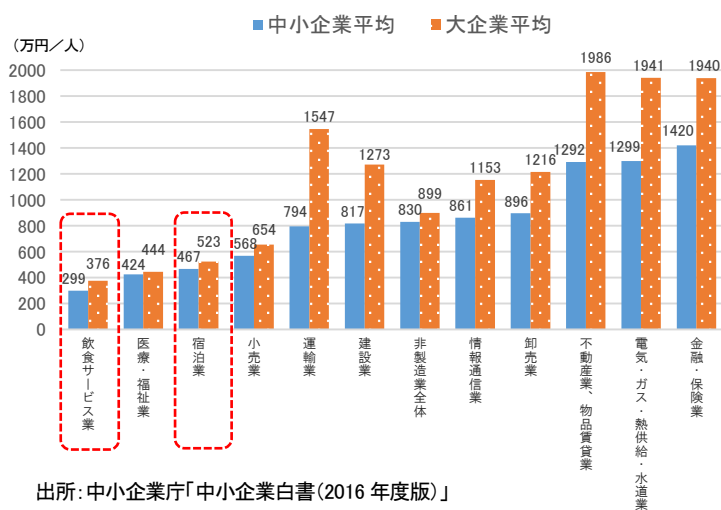
さらに、インバウンドが急増の一方で、長期低迷が続いている日本人国内旅行の活性化に向けて、新たな旅行ニーズの掘り起こし等、戦略的な取組が求められる。

#### (1) 地域・中小企業のインバウンド対応力向上

東南アジアの経済成長やビザ発給要件の緩和等を背景に、2015年には訪日外国人旅行者数が45年ぶりに出国日本人数を上回った。このように外国人旅行者が増加しているなか、昨年の免税制度の拡充により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。外国人旅行者のニーズ等に合ったサービス・商品を提供する事業者や取組意欲はあるものの方法が分からない事業者に対して、多言語対応はもとより、マーケティングや営業・広告方法等に関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。業務効率化による生産性向上を達成するため、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

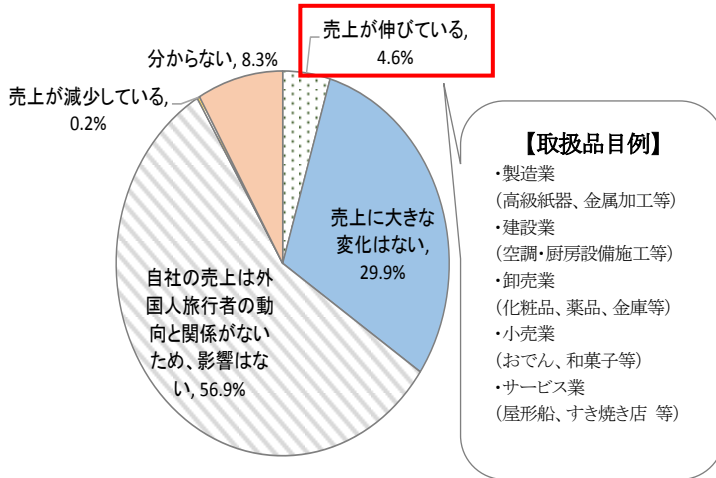


## 外国人旅行者の増加に伴う直接的・間接的な影響

○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）



26.9%

※805社の内、資本金1,000万円未満（個人事業主含む）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」

さらに、欧米ではクレジットカードでの決済が主流であるものの、日本の中小規模の飲食店・小売店や、外国人旅行者の利用が増加している鉄道・タクシーといった交通機関や旅館等の宿泊施設、美術館・博物館等の観光スポットでは、未だ現金決済が主な手段となっている。外国人旅行者にとって決済環境の利便性を向上することは、さらなるインバウンド需要の消費喚起に繋がるとともに、店舗や施設側の経営管理効率化にも資するため、引き続き着実な取組を推進されたい。

なお、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、都市部では、メガバンクが2015年度より順次設置している等、現金の引き出しに関する環境は大幅に整備されつつある一方、都市部以外の主要駅や観光地では、対応が不足している。地域活性化を図るためにも、海外発行のカード対応ATMの設置を促進すると同時に、ATMの場所や利用方法について適切な情報発信や認知度向上が求められる。

### 【参考】

・浅草・仲見世商店街における現金支払いにおける一人あたりの平均購入金額は2,825円、クレジットカード支払いにおける一人あたりの平均購入金額は4,557円とクレジットカード支払いによる購入金額は、現金支払いと比べ1.6倍となっていた。

出所：日本クレジットカード協会「観光立国実現に向けた業界としての取り組み（平成28年2月）」

・2017年4月時点の免税店舗数は40,532店。このうち、東京は10,375件で全国1位。

## （2）観光産業を担う人材の育成と確保

### ①外国人留学生の採用定着の促進

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、円滑な外国人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。

## ②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が高まるなか、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。
- ・ 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

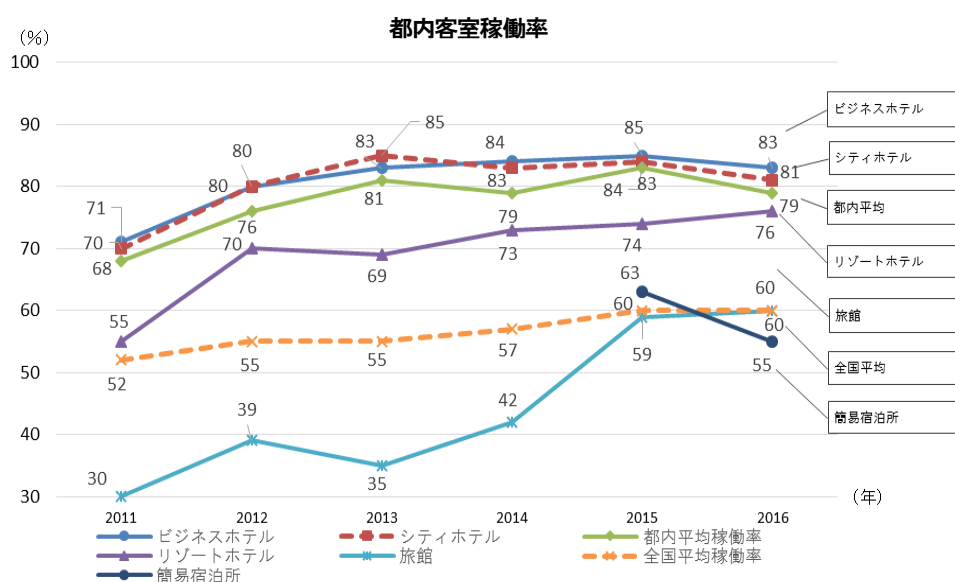
訪日外国人旅行者の急増によって、都市部におけるホテルを主とした宿泊施設の需給が逼迫している。宿泊施設の供給制約が訪都の阻害要因とならないよう、宿泊施設の新設・更新に対する民間投資を促進するため、税制上の優遇措置や地域活性化ファンドの活用、公的融資制度の充実など金融上の支援措置を拡充されたい。

旅館は、観光振興の重要な担い手であるとともに、情緒や歴史ある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

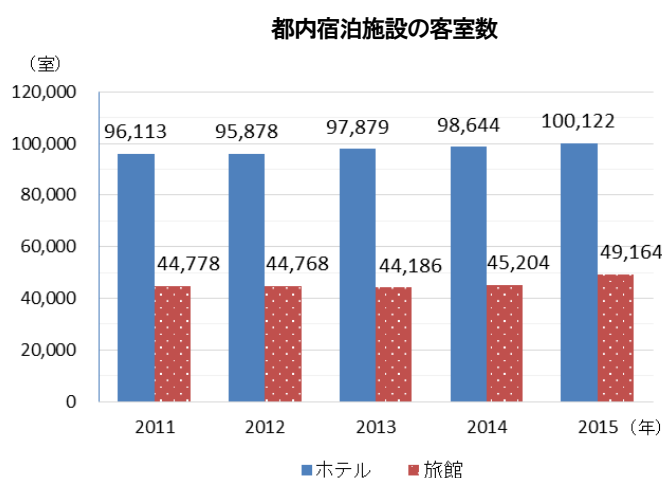
に取り組むことで、増大するインバウンドの受け皿になることが期待され、こうしたイノベーションに積極的に取り組む事業者への重点的支援が求められる。

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。本年6月に成立した「住宅宿泊事業法」（民泊新法）に基づき、今後、地域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とを両立させる「健全な民泊サービスの普及」を官民一体となって進める必要がある。



出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」



出所：厚生労働省「衛生行政報告例（生活衛生関係）」

### 【参考】住宅宿泊事業法（民泊新法）の概要（2017年6月成立）

#### （1）住宅宿泊事業に係る届出制度の創設

- ① 住宅宿泊事業※1を営もうとする場合、都道府県知事※2への届出が必要
- ② 年間提供日数の上限は180日
- ③ 地域の実情を反映する仕組み（条例による住宅宿泊事業の実施の制限）を導入
- ④ 住宅宿泊事業の適正な遂行のための措置（宿泊者の衛生の確保の措置等）を義務付け
- ⑤ 家主不在型の住宅宿泊事業者に対し、住宅宿泊管理業者に住宅の管理委託を義務付け

#### （2）住宅宿泊管理業に係る登録制度の創設

- ① 住宅宿泊管理業※3を営もうとする場合、国土交通大臣の登録が必要
- ② 住宅宿泊管理業の適正な遂行のための措置と（1）④の措置の代行を義務付け

#### （3）住宅宿泊仲介業に係る登録制度の創設

- ① 住宅宿泊仲介業※4を営もうとする場合、観光庁長官の登録が必要
- ② 住宅宿泊仲介業の適正な遂行のための措置（宿泊者への契約内容の説明等）を義務付け

（※1）住宅に人を180日を超えない範囲で宿泊させる事業 （※2）住宅宿泊事業の事務処理を希望する保健所設置市又は特別区においてはその長 （※3）家主不在型の住宅宿泊事業に係る住宅の管理を受託する事業 （※4）宿泊者と住宅宿泊事業者との間の宿泊契約の締結の仲介をする事業

### 【参考】民間による宿泊施設不足における取組事例（湘南エリア）

- ・経年劣化による空き家の内外装の修繕費用を企業が負担し、同社が毎月、相場よりやや高めの家賃をオーナーに支払う一方、運営費として宿泊料金の一部を同社が受け取る仕組みをとっている。

#### （4）統計の整備と観光ビッグデータの利活用促進

政府は、2015年4月から、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、可視化するシステムである地域経済分析システム（RESAS：リーサス）を提供している。本システムを用いて客観的に地域分析を行うとともに、そこから収集できる情報に基づき、政策・施策の検討・立案等を行うことで地方創生を図ることが求められている。

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。とりわけ、観光産業の生産性向上や経営改善に向けて、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・分析が可能となるよう、適時適切にデータ提供がなされることが求められる。国と連携のもと、こうした観光統計が地域に対して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ない。

### 【参考】

- ・経済産業省は、全国の経済産業局とともに、自治体や支援機関等における「地域経済分析システム（RESAS）」の利活用事例を調査・取りまとめの上、本年6月2日に公表している。



## (5) 国内観光の活性化に向けた戦略的取組の推進

### ①若者の旅行体験の促進

インバウンドが急増の一方で、日本人による海外旅行者数は横ばい、日本人国内旅行者数は長期低迷が続いている。また、国内の旅行消費額は、国内旅行の低迷によって、10年間で約5兆円のマイナスとなる等減少傾向にある。

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。

国内の旅行消費額（兆円）

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
日本人 国内宿泊旅行	20.6 (68.7%)	19.0 (67.1%)	19.0 (68.3%)	17.3 (68.4%)	15.8 (67.5%)	15.1 (67.7%)	15.3 (68.3%)	15.8 (66.7%)	14.4 (64%)	16.3 (63.8%)
日本人 国内日帰り旅行	6.6 (22%)	6.2 (21.9%)	5.9 (21.2%)	5.5 (21.7%)	5.1 (21.8%)	4.9 (22%)	4.4 (19.6%)	4.8 (20.3%)	4.5 (20%)	4.6 (18.0%)
日本人 海外旅行(国内分)	1.5 (5%)	1.6 (5.7%)	1.5 (5.4%)	1.3 (5.1%)	1.2 (5.1%)	1.3 (5.8%)	1.4 (6.3%)	1.4 (5.9%)	1.4 (6.2%)	1.3 (5.2%)
訪日外国人旅行	1.3 (4.3%)	1.5 (5.3%)	1.4 (5%)	1.2 (4.7%)	1.3 (5.6%)	1.0 (4.5%)	1.3 (5.8%)	1.7 (7.2%)	2.2 (9.8%)	3.3 (13.0%)
合計	<b>30.1</b>	<b>28.2</b>	<b>27.8</b>	<b>25.3</b>	<b>23.4</b>	<b>22.3</b>	<b>22.4</b>	<b>23.7</b>	<b>22.5</b>	<b>25.5</b>

旅行消費額は10年で約5兆円減少

出所：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」

### ②新たな旅行ニーズの掘り起こし

国内のレジャー市場では、遊園地・テーマパークやライブ・エンターテインメントなどの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、そして各地の祭りにおいても、見る観光から体験する観光へのシフトの動きもある。

これらに加え、国立公園や日本遺産、産業観光、アート、ロケーションなど、様々なテーマによる観光の振興が各地で図られており、より付加価値の高い観光プログラムが必要とされている。各地がそれぞれに行っている取り組みについて、テーマごとに地域のネットワーク化を図り、共同プロモーションを図ることで、新たな旅行需要を掘り起こすことが必要である。

#### 【参考】

- ・体験型観光プログラムの一例として、沖縄では沖縄料理プログラムが提供されている。約3時間で、那覇市の牧志公設市場周辺を30～40分間巡り、沖縄食材について特徴や由来も学ぶ。その後は市壺屋にある飲食店で沖縄そばやゴーヤーチャンプルー、ラフテーなどを調理。英語の他、中国語での対応も可能。今後は近隣農家を訪問し、季節の野菜を調理するプログラムも検討中。

## **(6) 観光施策の推進に向けた予算拡充と実施体制強化**

2016年の訪都旅行者による観光消費額は約5.7兆円となり、対前年比4.6%減と足元ではわずかに弱い動きを示しているものの、2015年推計での生産波及効果は約12.9兆円、税収効果で約4,535億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を望む。

## 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「世界最高の観光都市」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。旅行・観光競争ランキングでは、日本は4位に浮上した一方、世界の都市総合ランキングでは同じアジア地域のシンガポール、ソウル（韓国）や香港（中国）も上位を占めており、予断を許さない状況である。

今後、リピーター数を拡大し、旅行者誘致を巡る都市間競争に打ち勝つため、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・磨き上げによる賑わい創出、公的インフラ・施設を活用した観光拠点の整備を進めていくことが必要である。あわせて、こうした担い手となる都内観光関連団体の連携など、地域の観光関連団体の活動への支援強化も重要である。

旅行・観光競争ランキング

順位	都市(国名)
1位	スペイン
2位	フランス
3位	ドイツ
4位	日本
5位	イギリス
6位	アメリカ合衆国
7位	オーストラリア
8位	イタリア
9位	カナダ
10位	スイス

出所:世界経済フォーラム(2017年4月発表)

世界の都市総合ランキング

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	香港(中国)
8位	アムステルダム(オランダ)
9位	ベルリン(ドイツ)
10位	ウィーン(オーストリア)

出所:森記念財団(2016年10月発表)

### (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。昨年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に加え、本年6月には全国初となる無電柱化条例が成立した。今後、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等の整備

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。

また、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。

加えて、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。

## 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。

### 【参考】

- ・都内では「自転車シェアリング広域実験」を実施しており、現在では東京都内6区（千代田・中央・港・新宿・文京・江東）に設置された全てのサイクルポート215ヶ所で貸出・返却が可能（相互利用の対象外となるが、大田区でもサービス開始）。一部コンビニにもサイクルポートが設置されている。

## (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（2015 年）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】

- ・ 地元有志による自主運営組織である台東モノづくりのマチづくり協会では、古くから製造や卸の集積地としての歴史を持つ、御徒町～蔵前～浅草橋にかけた地域イベント「モノマチ」を主催し、「モノづくりで町おこし」を図っている。

### (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。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。
- ・ 久屋大通公園（愛知県名古屋市）では、本年4月の都市公園法改正にともない、民間事業者が都市公園の収益施設と公共部分とを一体で整備できる「Park-PFI制度」を活用。本制度の創設にともない、建ぺい率が緩和されたことから、公園の北側に収益施設（カフェ・レストラン）や民間企業のPR施設を新設するほか、公園内での広告設置も行う。

### (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ズゲームは、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】

- ・ これまで文化庁は、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、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2015年度設けるとともに、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。
- ・ 2016年3月、スポーツ庁、文化庁および観光庁は、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等の世界的イベントの開催以降も、訪日観光客の増加や国内観光の活性化を目指すため、包括的連携協定を締結した。今後、スポーツ・文化・観光が融合することにより、新たな地域ブランドや日本ブランドの創出や地域活性化につながる取組を推進していく。
- ・ 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。
- ・ 足立区では、小松菜の収穫量が都内第2位を誇る。東京商工会議所の呼びかけにより、区内商工業者や農家などが集まり、試行錯誤を重ねて完成させた「あだち菜うどん」がある。現在、約18カ所の飲食店で、工夫を凝らしたメニューを提供している。本年2月には、東京都から「地域特産品認証食品」の認証を受けている。



出所：東京商工会議所「地域の宝ネット」

## (5) 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期待される。

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し、東京観光財団が中心となり、地域の観光関連団体の連携・活動強化を継続的に支援されたい。

なお、政府は、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。

## 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

これまで、地域限定旅行業者においては、旅行業法上、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たため、その人材の確保や育成などの負担から普及が遅れていたが、本年5月に成立した改正旅行業法により、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、旅行業者等の他業種との兼任が認められた。今後、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・販売する等、地域限定旅行業への参入を促進することにより、地域におけるコンシェルジュ機能の拡大を図る必要がある。

### 【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						国内
旅行業者	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	緩和
旅行業者代理業	主たる営業所の所在地を管轄する都道府県知事	旅行業者から委託された業務				不要	—	必要	
観光圏内限定旅行業者代理業	観光圏整備実施計画における国土交通大臣の認定	旅行業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の金額を并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:観光庁の資料を一部加工



### 3. 魅力の発信および効果的な誘致活動の展開

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、為替の変動やテロ・災害等による治安情勢の悪化、近年アジアの一部地域に見られる政策的な観光制限などにより、観光を取り巻く市場環境が変化した場合に備え、訪日旅行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、安定的な訪日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) 多様な国・地域からの誘客に向けた観光プロモーションの展開

##### ① 欧米豪など観光先進国からの誘客促進

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豪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豪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などを展開していく必要がある。また、こうした欧米豪などの富裕な旅行者が円滑に訪日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。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、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アジアおよび欧米豪地域12都市に「東京観光レップ」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。

※設置都市…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)

- ・日本のテレビ番組の海外展開促進を目的に、日本の放送局や大手商社等が中心となり2013年に設立された（一社）放送コンテンツ海外展開促進機構（BEAJ）は、ASEAN主要6か国を重点的に、地上波等の効果的なメディアで放送枠を確保し、魅力ある日本の放送コンテンツを継続的に放送している。フィリピン、インドネシア、マレーシア等において、現地有名タレントが日本国内を旅する鉄道紀行番組や、日本文化を体験する情報番組の共同制作等を行っている。

## 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・パラリンピック開催と更にその先を見据え、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、本年4月に新たなアイコン「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、ゴールド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。

### 【参考】新たなアイコンとキャッチフレーズ

- ・東京都では、本年4月28日、海外向けの新たな観光PR策として東京の伝統と革新を想起させる筆文字とゴシック体



の文字で構成された「Tokyo Tokyo」とキャッチフレーズ「Tokyo Tokyo Old meets New」を新たに発表した。アイコンの中の赤色の「落款」は、観光名所である渋谷駅前のスクランブル交差点を表現し、海外に向けた東京のイメージを明確に印象づけている。今後、PR映像やオンライン広告等の媒体で広く発信していく。

## （2）ビジネス需要の拡大と地域活性化に向けたMICEの促進

アジア地域におけるMICE誘致競争が激化するなか、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、国家戦略のもと国際会議場や展示場等の大規模なMICE施設を整備しているほか、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いる。

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、民間事業者であり、MICEの一層の推進にあたっては、JNTOの機能強化をはじめ官民連携によるオールジャパンでの支援体制を整えていく必要がある。

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

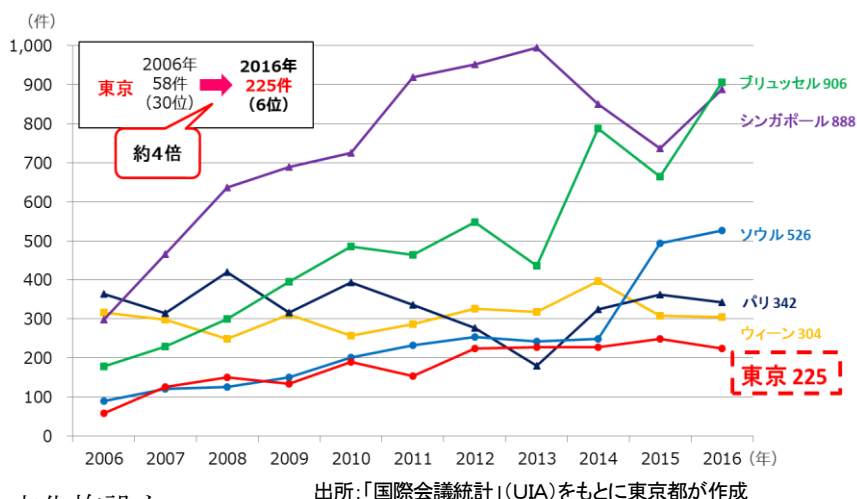
りたい。

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。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、東京都としても各種規制の柔軟な運用や実証的な取組に対する支援の拡充を図りたい。

### 世界各都市における国際会議の開催件数の推移



#### 【参考】

- ・東京観光財団では、ビジネスイベントの誘致・開催をより効果的に展開するため、今年度、官民連携組織（MICE連携推進協議会）を新たに設置。様々な関係主体間における情報共有や課題整理、都民・事業者等への普及啓発を図る。
- ・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。
- ・迎賓館赤坂離宮では、MICE誘致の拡大に向けてユニークベニユー活用の促進事業を開始し、昨年11月には観光庁・JNTO主催による交流イベントを開催した。また、東京国立博物館の表慶館で「ユニークベニユー活用推進セミナー」を開催した。

都立施設版（英語版表紙）



民間等施設版（日本語版表紙）



出所:東京都

- ・東京都は、2017年3月、国内外の企業等に対して、東京の魅力を体験できるユニークベニユーをPRするため、庭園、美術館、都庁舎など22の施設を紹介したパンフレットを日本語版と英語版で作成した。

### （3）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。本年4

月には、3つのモデルコースが策定され、今後、海外プロモーションの展開等が予定されている。

2020年大会およびその先を見据え、東京都は、協議会および地方自治体・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。

### 【参考】

- 東京都では、「日本各地との共存共栄」を目指し、「ALL JAPAN&TOKYO プロジェクト」として、各地と連携して双方の強みを活かし、双方に高い効果が見込まれる産業振興施策に取り組んでおり、本年も継続して支援を行っていく。

※東京と各地を結ぶ観光ルートの設定

東北地域（2015年度）：福島県・青森県・岩手県・宮城県など

中国・四国地域（2016年度）：岡山県・島根県・広島県・高知県など

ALL JAPAN & TOKYO プロジェクト



出所：東京都「東京都観光産業振興実行プラン」

## ③東北・九州の観光復興

日本全体では2016年の外国人延べ宿泊者数（速報値）が、東日本大震災前の約2.5倍に増加する中、東北6県では、1.3倍にとどまっている。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震災前の水準の半分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。昨年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。

## 4. すべての旅行者に快適な受入環境の整備

2016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、2,404万人に達した。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

観光を巡る環境において、国際間競争が激化しているなか、世界経済フォーラムがまとめた2017年の「旅行・観光競争力ランキング」では、日本は過去最高の4位に浮上した。中でも、インフラ領域における評価項目が大幅に改善されているものの、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。2020年大会開催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、更なるビジネスジェットの入管理体制の強化や、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。

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、環境整備等を加速されたい。

**【参考】**

- ・ 政府は、「明日の日本を支える観光ビジョン」において、2020年の訪日クルーズ旅客数を500万人と目標設定している。2016年の訪日クルーズ旅客数（確報）は前年比78.5%増の199.2万人、クルーズ船の寄港回数は前年比38.8%増の2,017回となり、いずれも過去最高を記録した。

**クルーズ船の寄港回数**

順位	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年		2016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	119	横浜	142	横浜	152	横浜	146	博多	259	博多	328
2	神戸	107	博多	112	神戸	101	博多	115	長崎	131	長崎	197
3	博多	55	神戸	110	石垣	65	神戸	100	横浜	125	那覇	193
4	那覇	53	長崎	73	那覇	56	那覇	80	那覇	115	横浜	127
5	石垣	49	那覇	67	東京	42	長崎	75	神戸	97	神戸	104
6	名古屋	28	石垣	52	長崎	39	石垣	73	石垣	84	石垣	95
7	宮之浦 (屋久島)	23	名古屋	43	博多	38	小樽	41	鹿児島	53	平良 (宮古島)	86
8	長崎	21	鹿児島	34	名古屋	35	函館	36	佐世保	36	鹿児島	83
9	広島	19	別府	34	二見 (父島)	29	鹿児島	33	名古屋	34	佐世保	64
10	鹿児島	18	大阪	33	広島	26	名古屋	30	広島	32	広島	47
	その他	316	その他	405	その他	418	その他	475	その他	488	その他	693
	合計	808	合計	1,105	合計	1,001	合計	1,204	合計	1,454	合計	2,017

出所:国土交通省「2016年の我が国のクルーズ等の動向(調査結果)」

**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】**

- ・ 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、同区では、本年4月、観光バス等の指定場所以外での乗降や迷惑な駐車を指導の対象とする全国初の規制条例を制定した。
- ・ 国土交通省関東運輸局は、本年2月、路上混雑の緩和に向け、秋葉原と靖国神社を結ぶシャトルバス運行の実証実験を開始した。貸切観光バスが靖国神社の駐車場に停車し、外国人観光客はそこから予約不要の無料シャトル便で秋葉原に移動できる。

## (2) 外国人旅行者の利便性向上

### ①通信環境の整備

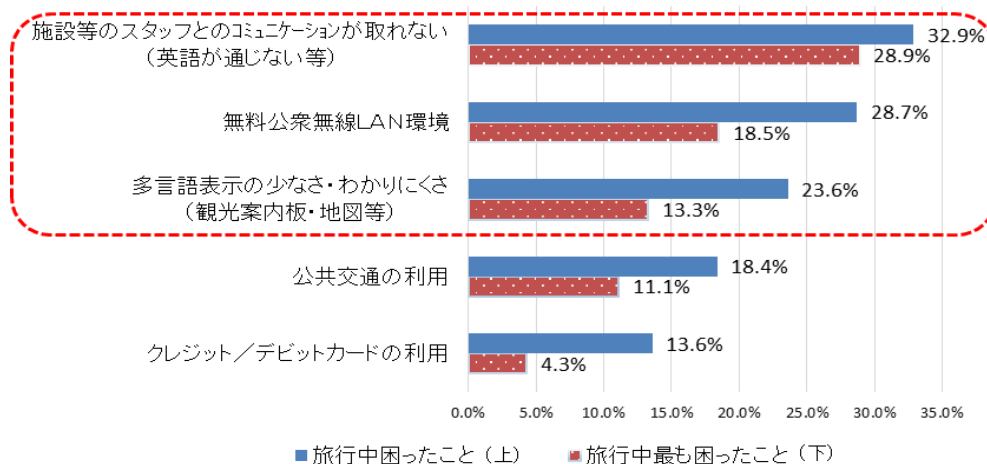
旅行者が観光情報を収集・旅行体験を発信する主な手段として、スマートフォンやタブレット端末等の利用が進んでいることから、無料Wi-Fi等の整備やプリペイドSIMの活用など訪日外国人旅行者が利用しやすい通信環境の整備をさらに拡充されたい。地域の観光・防災拠点における無料Wi-Fiについては、設置後の維持・管理費が観光協会や商店街等のエリアオーナーの課題になっており、その支援策が期待される。

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は、事業者の垣根を越えシームレスに接続できる認証連携の仕組みを構築されたい。

#### 【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「施設等のスタッフとのコミュニケーションが取れない（英語が通じない等）」が最も多い。また、「無料公衆無線LAN環境」や「多言語表示の少なさ・わかりにくさ（観光案内板・地図等）」も多い。

訪日外国人旅行者が旅行中に困ったこと



出所: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

### ②多言語対応による観光案内態勢の充実

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、情報提供に加えて体験・交流型旅行商品の企画・販売など、ワンストップで観光に関する様々なサービスの提供を促進していくことが重要である。

東京では、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）の設置が進んでいるが、観光案内態勢の強化に向けて、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。通訳案内士資格については、本年5月の法改正に伴い業務独占から名称独占へと規制が見直されたことから、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。

### 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 I C 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 I C カードと旅行者のパスポート情報などの属性情報を紐付け、免税手続きの簡素化やホテルチェックイン時の効率化など、様々な活用策のインフラ整備を推進されたい。

#### 【参考】

- ・ わが国の公共交通における I C 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 90 カ所以上の市バス・市電等の市内交通で利用でき、かつ約 500 カ所の博物館や美術館の入場ができるパスとして「スイストラベルパス」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 L C C 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、今後更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期待したい。

#### 【参考】

- ・ 2017 年 6 月 5 日、東京駅丸の内北口の案内施設「JR EAST Travel Service Center」内に、JR 東日本管内で国内初となる礼拝施設が設けられた。

## (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】

- ・東京都は2013年3月、地震等の大規模な災害が発生した場合に、都内を訪れている外国人旅行者に対し、宿泊施設を始めとした観光関連事業者が円滑に案内・誘導、情報提供等ができるよう、宿泊施設での対応を中心とした「災害時初動対応マニュアル」を作成している。本マニュアルは2017年度内に改訂が予定されている。
- ・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、2015年度に、この基本計画に基づき、実行計画を策定した。

### ②安全確保と品質向上に向けたツアーオペレーターの適正管理

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偏重の低品質ツアーが増え、日本での旅行に対するマイナスイメージを外国人に与えている例も見受けられる。

この流れを受け、政府はツアーオペレーターを規制対象とし、新たに登録制を導入し、違反行為に対しては罰則規定を設けることを決定した。また、無登録のオペレーターと取引した旅行者も行政処分の対象とすることとしている。さらに、不適切な業者に対しては、観光庁が業務改善命令を出し、改善がない場合は登録取消しまで可能になる等、必要最低限の規制が設けられる方向である。

ツアーオペレーターの登録制度創設に関して、管理者の選任・書面の交付等を義務付ける改正旅行業法が本年5月に成立した。今後、旅行者の安全と取引の公正確保の観点から、悪質な事業者の実態把握を行う等により、適正な管理を徹底されたい。

#### 【参考】

- ・海外では日本のツアーオペレーターにあたる業務は旅行業務とみなされ、法規制の対象となっている。
- ・訪日旅行の一部において、添乗員がキックバックを前提として旅行者を土産物屋へ案内し、市場価格より高額な商品購入の勧誘等の問題が顕在化している。
- ・2015年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18.2%の約2,300億円であり、ほとんどが外資系旅行会社の取り扱いとなっている。(JATA調査)

### 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に向けた意識向上・環境整備に資する。

こうしたことから、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られたい。同時に、研修や人材確保・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の上、アクセシブル・ツーリズムに適するツアーを造成し、利用促進に向けた情報発信を強化することが求められる。

### ④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。

### ⑤訪日外国人観光客に対するマナー啓発

訪日外国人旅行者が多く訪れる地域は都心部が中心となっているが、一部地域では外国人旅行者の急増にともない、店舗やトイレ、公共スペース等でのマナーや騒音、貸切バスの路上混雑など、地域の住民・事業者が困惑するケースが顕在化している。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観光客のマナー問題であり、日本の習慣や文化を正しく理解してもらうため、啓発活動に官民を挙げて早期に取り組むべきである。

#### 【参考】

- ・京都市では、外国人旅行者の増加に伴い、自国の生活習慣に基づきトイレを使用される現状があり、使用後のトイレットペーパーをごみ箱に捨てるなどの状況がみられていた。そこで、訪日外国人観光客向けにトイレの使用方法を周知すべく、イラストを中心とした啓発ステッカーを作成し、観光関連事業者にも活用されるよう、HP上でもPDFファイルを提供している。

啓発ステッカー（洋式トイレ版）



出所：京都市

以上

2017年度第7号

2017年7月14日

第697回常議員会決議