

ツーリズムの基幹産業化実現に向けた東京都への重点要望

2025 年 6 月 12 日

東京商工会議所

＜基本認識＞

1967 年に国際連合が「観光は平和へのパスポート (Tourism: Passport to Peace)」というスローガンを定めたとおり、ツーリズムは国際相互理解を深め、平和構築に寄与する「平和産業」としての役割を担っている。異文化理解を促進し、人々の間に交流と共感を育み、その結果、平和な社会基盤を築く手助けとなる。

また、ツーリズム産業は、旅館・ホテル等の宿泊業、テーマパーク等の観光施設、飲食店、航空や鉄道・バス・船舶等の運輸業、MICE に関わるイベント・コンベンション業、ガイド、旅行会社のみならず、地域の特産品、伝統工芸品、娯楽、スポーツ施設、写真や映像、雑誌や出版、IT 産業等多くの事業者が関わる裾野の広い産業であり、地域経済の活性化や産業・雇用創出に大きな役割を果たしている。

観光庁や日本政府観光局 (JNTO) 等の政府機関、東京都をはじめとする地方自治体による施策の推進もあり、2024 年の訪日外国人旅行者数は約 3,687 万人、訪日外国人消費額は約 8.1 兆円、国内旅行消費額は約 25.2 兆円と、いずれも過去最高を更新した。現在開催中の「日本国際博覧会 (以下、大阪・関西万博)」はもとより、今後も「東京 2025 世界陸上 (以下、世界陸上)」「東京 2025 デフリンピック (以下、デフリンピック)」、「2027 年国際園芸博覧会 (以下、園芸博)」等の国際的なイベントも控えており、多くの訪日外国人が見込まれているが、政府が「明日の日本を支える観光ビジョン」で掲げた 2030 年の目標 (訪日外国人旅行者数 6,000 万人、訪日外国人旅行消費額 15 兆円) を達成するためには、今後も成長を続けていく必要がある。

昨今、一部地域や時間帯のみの事象を取り上げ、困惑する地域住民の様子を訪日外国人の様子と併せて報道することにより、オーバーツーリズムとして過度に喧伝されることがある。しかしながら、わが国の人口に対する国際観光客数の割合 (2023 年 20.1%) は、欧州の観光大国 (スペイン同 176.1%)、フランス同 146.7%、地理的条件が類似するイギリスにおいても同 54.5%) やアジア諸国 (台湾同 27.7%、韓国 21.3%) と比べて低く、国全体として許容できる規模以上に訪日外国人数が多いとは言えない。但し、コロナ禍以降の急激な訪日外国人の増加と、一部有名観光地への集中により、局地的な混雑が発生していることは事実である。一部に集中している観光需要をオーバーツーリズムとしてネガティブに捉えるのではなく、受け入れ可能な他の地域への分散やデジタル技術を活用した

来場者数のコントロールによって、混雑緩和と共に現在需要が少ない地域の活性化を図ることが肝要である。

世界経済フォーラム（World Economic Forum：WEF）の2024年版「旅行・観光開発ランキング（Travel & Tourism Development Index）¹」において、わが国は総合3位となった。わが国には伝統芸能や祭り等の無形文化遺産や歴史的建造物等、独自の文化的資源が数多く存在し、街並みや公共施設等は衛生的で、訪れる人々に快適な環境を提供しており、訪日外国人が訪れる動機となっている。また、世界でも犯罪率が低い国の一つであり、夜間の外出も比較的安全で、家族連れや女性旅行者にとって安心材料となる。さらに、道路網の充実と公共交通機関の時間の正確性により、目的地への移動が便利であることも強みである。

一方、ホテルやレストラン等における労働生産性の低さや、一部観光地におけるピークシーズンへの集中等が課題で、「観光サービスとインフラ」「観光需要の持続可能性」の項目が低評価となっている。

労働生産性の低さに加え、土日・祝日の出勤や夜間勤務等による不規則な労働環境や、賃金水準の低さ等により、従前から離職率が高く、人手不足感の強さも課題となっている。また、現在直面している人手不足の問題だけではなく、宿泊・飲食・交通・サービス業や、地場産業・伝統工芸・伝統芸能等における次世代のツーリズム産業を担う中核となる人材の育成も中長期的な課題として挙げられる。

今般、東京商工会議所では、地域事業者の声を踏まえ、本要望を取りまとめた。東京都においては、高い経済波及効果があるツーリズム産業の実態を踏まえて、ツーリズム産業の発展が持続可能なものとなるよう、部局横断的な施策の改善を図られたい。また、諸課題の解決に向けて官民学が団結してオール東京体制で取り組むことにより、ツーリズムの基幹産業化を実現していくことを強く望む。当商工会議所としても、東京都、23区等の自治体、国との緊密な連携のもと、地域・事業者の取り組みを全力で支援していく所存である。

¹2024年版「旅行・観光開発ランキング（Travel & Tourism Development Index）」
<https://jp.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>

目 次

＜基本認識＞	1
重点要望項目	4
1. 人手不足への対応と次世代を担う人材育成強化	4
2. ツーリズム関連消費の拡大	5
3. 集中から分散へのシフトによるオーバーツーリズム未然防止の徹底	7
継続要望項目	8
1. ツーリズムの持続可能な発展に向けた受入環境整備	8
(1) 住んで良し・訪れて良し・働いて良しのツーリズム実現に向けた意識醸成	8
(2) 都市の価値や魅力を高めるためのウォーカブルな街並み整備	9
(3) 観光 BCP とツーリズムを通じた被災地復興支援の体制整備	10
2. 国際文化都市東京の実現	11
(1) ナイトタイムエコノミーのさらなる活性化による消費拡大	12
(2) 多様な文化・習慣等への理解と配慮の促進	13
(3) 江戸・東京の歴史・文化の保存と継承、魅力発信強化	13
3. 交流人口（相互交流）の拡大	14
(1) 人流増加に向けた取り組みの強化	15
(2) 国内外から日本・東京へのビジネス誘客促進	16
(3) 海外渡航需要の回復	17

重点要望項目

1. 人手不足への対応と次世代を担う人材育成強化

東京の経済発展には、裾野が広く経済波及効果が大きいツーリズム産業の持続的成長と基幹産業化が欠かせないが、慢性的な人手不足・人材不足が最大の課題となっている。前述のとおり、土日・祝日の出勤や夜間勤務、長時間労働、休暇取得日数の少なさ等から、従前から離職率が高かったことに加えて、コロナ禍によって業界の安定性や将来性への懸念が高まったことも人手不足を加速させる要因となっている。訪日外国人の急増により労働需要が高まっている中で、担い手不足は足元の需要の取りこぼしになるだけでなく、サービス品質低下の要因ともなり、再訪による将来的な需要にも悪影響を及ぼす懸念がある。地域の事業者からも「労働時間が長く、祝祭日に休めないため人が集まらない（総合イベントプロデュース業）」「人手が足りず、需要があっても7割程度の客室しか稼働できない（ホテル業）」といった切実な声があり、対策が急務である。

人材確保に向けて、賃金の引き上げや休暇取得促進等による既存の労働者に対する労働環境改善に加えて、外国人、女性、高齢者、障がい者等の多様な人材が活躍できる職場環境整備が求められる。また、企業内の研修制度や教育機関と連携したリカレント教育等、人材育成プログラムの充実も必要となる。

東京都は「PRIME 観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン 2024-2026（以下、PRIME）」の中で宿泊業等における人材需給のひっ迫を課題の1つとして掲げ、観光産業を担う人材の確保に向けた様々な施策に取り組んでいるが、これらの支援を継続的に展開されたい。

また、わが国が人口減少局面に入り、東京都においても2030年をピークに以降減少局面に入ると予測され、労働供給制約が今後一層強まる中で、人手不足を克服するには、従来よりも少ない人員でより多くの顧客に対応し、より高い付加価値を生み出すことができる産業を目指していくことも重要となる。具体的には、デジタル技術の導入による労働生産性の向上と、観光DXによる需要予測をはじめとした信頼性の高い情報の一元化が求められる。ツーリズム産業は、デジタル技術の導入・DXへの取り組みが遅れており、他産業に比べ労働生産性が極めて低い。デジタル技術の導入と観光DXを通じて業務の効率化と労働生産性向上を促進されたい。

東京都は東京観光財団が実施する「観光関連事業者のDX・経営力強化支援事業」や「観光関連事業者デジタルシフト応援事業」等でデジタル技術の導入と観光DXを通じた観光関連事業者の業務効率化や生産性向上を支援しており、これらの支援メニューの活用促進を図られたい。併せて、各種補助金・助成金事業については、申請者の事務負担と利便性

に配慮した制度設計を図られたい。

加えて、ツーリズムの持続可能性を高めるため、次世代を担う人材の育成も欠かせない。初等・中等教育において土地の歴史や地場産業、伝統芸能、伝統工芸品等の地域資源への理解を深めることで、その土地に対するシビックプライドが醸成され、将来のツーリズム産業の担い手育成に繋がる。東京都は、国や区市町村、都内の学校、ツーリズム関連事業者等と連携を図り、次代を担う子どもたちに対して、わが国固有の伝統芸能・工芸等や地域の観光資源への理解を深める「文化教育」「観光教育」の普及に取り組まれない。併せて、高等教育課程における産学連携事業やインターンシップ制度等の拡充により、ツーリズムの意義理解が促進され、担い手が育成されるよう、事業者を後押しされたい。

◇ 人材確保・育成

- 外国人材等、多様な人材が活躍できる職場環境整備への後押し
- 賃金や不規則な労働時間、長時間労働の是正、休暇取得促進による労働環境の改善に向けた各種施策の推進
- リカレント教育等を通じた人材育成プログラムの維持・拡充

◇ 生産性向上支援

- デジタル技術の導入、観光 DX 推進による業務効率化・生産性向上支援
- 各種補助金・助成金事業に係る事業者の負担軽減と利便性向上

◇ 次世代を担う人材の育成

- 土地の歴史や地場産業、伝統芸能、伝統工芸品等への理解促進等、文化教育・観光教育の拡充によるシビックプライド醸成
- 産学連携事業やインターンシップ等の拡充によるツーリズムの意義理解、担い手育成促進

2. ツーリズム関連消費の拡大

ツーリズムの基幹産業化に向けて、その関連消費額の拡大は欠かせない。「令和 5 年訪都旅行者数等の実態調査結果」によると、2023 年の訪都外国人旅行者は約 1,954 万人、同消費額は約 2 兆 7,586 億円（1 人当たり消費額約 14 万円）であった。2050 東京戦略で掲げる 2035 年訪都外国人旅行者 4,000 万人、総消費額 6 兆 3,000 億円の達成に向けて、消費拡大の促進に取り組まれない。

東京は非常に衛生的で治安もよく、鉄道、空港、道路等のインフラも他国の主要都市と比べ充実している。また、地理的要因や歴史的背景から、他国にない独自の歴史や生活習慣、食、自然等の観光資源が多い。加えて、東京は新たな流行や文化の発信地にもなっており、多くの外国人が東京を魅力的な訪問地と考えている。しかしながら、それらを観光

コンテンツとして十分に磨き上げられているとは言えず、事業者からは「観光コンテンツはあり集客もある程度出来ているが、グッズ販売の規模は小さく、横の連携がないため周辺での消費に繋がっていない（地域情報誌発行業）」との声もあり、消費喚起策の促進が求められる。

東京都は「アニメ等コンテンツを活用した誘客促進事業」等により観光コンテンツ開発を支援しているが、これらの継続・拡充により、地域の歴史やサブカルチャーを含む文化、芸術、医療、スポーツ、地場産業等の観光コンテンツ開発や、高付加価値化、知財戦略を引き続き支援されたい。

また、海外の富裕層を意識した受入環境整備も消費額拡大に大きな役割を果たす。観光庁によると、2019 年の高付加価値旅行者²は訪日外国人旅行者数全体の約 1 %（約 32 万人）に過ぎないが、消費額は約 14%（約 6,700 億円）を占めている。東京都は、ビジネスジャンルの受入拡大や米国の Marina del Rey のようなスーパーヨットの寄港地設置等、高付加価値旅行者の受入環境整備に国や区市町村等と連携して取り組まされたい。

東京都は「ナイトタイム等における観光促進事業」や「東京の観光振興を考える有識者会議 ナイトタイム観光部会」等の取り組みのほか、都庁プロジェクトマップでもナイトタイムエコノミーの活性化に取り組んでいるが、2030 年の訪都外国人消費額 4.5 兆円達成に向けて、マネタイズへの意識が欠かせない。国内外からの訪都客が、夜間に外出して楽しむだけでなく、消費に繋がるコンテンツの強化を促進されたい。

夜間の賑わいを創出するにあたっては、ナイトタイムコンテンツが発する音や光により地域住民の生活環境に悪影響を与えないよう、安全・安心な暮らしに十分配慮する必要がある。ナイトタイム促進地区の導入や、住宅密集地からの距離の制限等、一定のルール設定に向けた地域住民との合意形成を図られたい。また、夜間の賑わい創出と消費に繋がるコンテンツ強化によるナイトタイムエコノミーの活性化を推進されたい。

さらに、観光消費拡大にはツーリズム産業におけるキャッシュレス決済化の推進も重要となる。旅先で多くの現金を持ち歩かないことが一般的となつたいま、キャッシュレス決済に対応していない事は訪日外国人だけではなく、国内旅行者に対しても大きな機会損失となる可能性がある。一般社団法人キャッシュレス推進協議会が 2024 年 12 月に公表した「キャッシュレス・ロードマップ 2024³」によると、わが国のキャッシュレス決済比率は 2022 年に 36%と、諸外国と比べて低い状況にある。東京都は「インバウンド対応力強化支援事業」にて観光関連事業者のキャッシュレス決済対応を支援しており、活用を促進されたい。

加えて、各種補助金・助成金事業については、申請者の事務負担と利便性に配慮した制

² 訪日 1 回当たりの日本国内での総支出額が 100 万円以上の旅行者

³ <https://payments.japan.or.jp/wp-content/uploads/2024/12/roadmap2024.pdf>

度設計を図りたい。

- ◇ 歴史、サブカルチャーを含む文化、芸術、スポーツ、医療、地場産業等の観光コンテンツ開発や高付加価値化、知財戦略等の継続支援・拡充
- ◇ ビジネスジェットの利便性向上やスーパーヨットの寄港環境整備等、高付加価値旅行者向けの受入環境整備
- ◇ 夜間の賑わい創出と消費に繋がるコンテンツ強化によるナイトタイムエコノミーの活性化
- ◇ キャッシュレス決済推進に向けた設備投資支援の継続・拡充
- ◇ 各種補助金・助成金事業に係る事業者の負担軽減と利便性向上

3. 集中から分散へのシフトによるオーバーツーリズム未然防止の徹底

これまで、東京も含めたわが国の観光は受け手（観光客を受け入れる事業者）側が主導する形で発展してきたこともあり、人気コンテンツへの集中が進んだ。今後さらに訪日（訪都）外国人数が増え、オーバーツーリズム状態が発生してしまう前に、集中から分散へのシフトを進める必要がある。そのためには、地域の観光協会、地域DMO、地域連携DMOの機能強化を図り、局地的に集中している観光客を地域の他の観光資源に分散させることが求められる。また、訪日客が最も多く訪れる東京から地方へ送客することは、東京のオーバーツーリズムの未然防止だけではなく、観光消費による波及効果を全国に広げることに繋がる。東京都および東京観光財団は広域連携DMOとの連携強化に取り組まれない。

オーバーツーリズムの未然防止には、地理的な分散だけではなく、季節・曜日・時間帯の分散も効果的である。既にホテルや航空券等で導入されているダイナミックプライシングは、需要の多い時期（季節、曜日、時間帯等）に料金を上げることで収益を拡大し、需要の少ない時期に料金を下げることで利用の喚起に繋がり、オーバーツーリズムの未然防止だけではなく、事業者の収益拡大と雇用の安定にも繋がるため、導入促進が求められる。また、オンライン予約システム等のデジタル技術の導入による来場者数のコントロールも促進されたい。

東京都はPRIMEの中で「デジタル技術を活用した混雑緩和対策等、旅行者が集中する地域での住民生活等への影響を防止するための対策について、区市町村が地域の実情に応じて行う取り組みへの支援を充実する」としており、これらの着実な実行を図りたい。

- ◇ 観光協会・地域DMO・地域連携DMOの機能強化による局所的集中からの分散化促進
- ◇ 広域連携DMOとの連携強化による東京を起点とした日本各地への送客促進
- ◇ オンライン予約システム等のデジタル技術導入による混雑緩和

継続要望項目

1. ツーリズムの持続可能な発展に向けた受入環境整備

ツーリズムの持続可能な発展のためには、重点要望項目の人手不足対策とオーバーツーリズムの未然防止以外にも様々な視点で受入環境整備が求められる。まず、地域住民や観光客、受け入れ事業者がそれぞれ観光に対する意識を高め、共に自然や文化を守ることが重要となる。また、リピーターを増やすためには、訪れる人が快適に過ごすための設備の維持・拡充も重要である。さらに、観光BCPを策定し、被災後も訪問地としての魅力を保つ体制を整えることが必要となる。

(1) 住んで良し・訪れて良し・働いて良しのツーリズム実現に向けた意識醸成

ツーリズムの持続的な発展のためには、ツーリズムがもたらす様々な影響を住民・旅行者・事業者の三者がよく理解し、行動することが重要となる。世界観光機関（UN Tourism、当時UNWTO）は、観光の発展に関与する人々を導くための包括的な一連の原則として、2019年に世界観光倫理憲章（The Global Code of Ethics for Tourism）を提唱したが、一部の観光関連団体・企業を除いて一般的な認知度は低く、その理念を広く浸透させるための取り組みが求められる。

まず、旅行者を受け入れる地域の住民は、観光消費による受け入れメリットについてよく理解する必要がある。昨今の偏った報道等の影響もあり、一時的な混雑やごく少数の旅行者によるマナー違反等のネガティブな側面にばかり目が向きがちである。しかし、旅行者を受け入れることによって文化交流が促進され、地元の伝統や産業が再評価されることでシビックプライドが醸成され、地域の結束も強まる。また、旅行者の消費活動により、地域の企業が潤い雇用機会が創出される。企業の収益力が高まり、そこで働く人の所得も増えることで、自治体の税収も増え、行政サービスの充実に繋がり、結果として地域住民もメリットを享受できる。東京都はこういったツーリズムがもたらすポジティブな影響について広く国民に周知し、住民の理解促進に積極的に取り組まれない。

次に、旅行者には「レスポンシブルツーリズム（責任ある観光）」の意識を持つことが求められる。旅行者は旅先で地域に根差す生活文化や歴史・地場産業、地域住民との触れ合いを通じて「異日常」を体験することで自身の視野を広げることができる。また、ストレス解消やリフレッシュ、友人や家族との絆を深める機会にもなり、人生を豊かにする。訪れた土地の文化や習慣を尊重し、環境にも配慮した行動をとることで、その土地にポジティブな影響を与えられるよう心掛けるべきである。

東京都は外国人旅行者マニュアルを通じて日本の法律やルール・マナーの理解を求めて

いるが、引き続き「レスポンシブルツーリズム」の浸透に向けた周知啓発活動を推進されたい。併せて、路上飲酒や喫煙、交通妨害等の悪質なマナー違反については、区市町村と連携して罰則も含めたルール・規制を整備することで、抑止を図られたい。

旅行者を受け入れる事業者もツーリズムに対する理解を深め、持続可能な発展に寄与する意識が重要となる。言語や宗教、食、生活習慣等の違いを理解・尊重し、ホスピタリティを高めることで、訪問者の満足度を高め、再訪に繋げることがツーリズムの持続的な発展にも繋がる。東京都は事業者のための「インバウンド対応ガイドブック」を発行し、訪日外国人の多い国・地域のほか、今後旅行者数の増加の見込まれる国等の文化・習慣についても記載されている。事例も含めて簡潔に分かり易くまとまっており、広く事業者配付し、ホスピタリティ向上を促進されたい。また、ツーリズムは地域住民や街全体に様々な影響を及ぼすが、多くの訪問者を受け入れてメリットを享受する事業者に対して、混雑やマナー違反等により地域住民が悪影響を受ける部分があるため、事業者の住民や周辺環境への配慮について周知啓発されたい。

また、昨今の訪日外国人の増加を受け、未届けの民泊施設や白タクといった違法な事業者の営業が問題となっている。違法な事業者がサービスを提供することは、利用者の安全を脅かすだけでなく、安価な料金設定により正規事業者の収益悪化を招く懸念がある。正規事業者が適正な収益を得て健全な営業が行えるよう、違法な事業者の取り締まりを強化されたい。

東京都において制度の見直しが検討されている宿泊税について、見直しに向けた議論を加速されたい。見直しにあたっては、とりわけ中小・小規模事業者の事務負担に配慮したうえで、公正・平等で納得感があり、事業者の最大の課題である人材確保・育成に繋がるよう、検討されたい。

- ◇ 文化交流の促進やシビックプライドの醸成、観光消費効果に対する住民の理解促進
- ◇ 外国人旅行者マニュアル等を通じたレスポンシブルツーリズムの浸透
- ◇ 路上飲酒や喫煙、交通妨害等、マナー違反に対する罰則も含めた規制の整備
- ◇ 受け入れ事業者のホスピタリティ、住民や周辺環境への配慮の周知啓発
- ◇ 違法民泊や白タク等、正規事業者の収益を悪化させる違法な事業者の取り締まり強化
- ◇ 事業者の負担と公平性に配慮した宿泊税のあり方、および人材確保・育成も含む、使途の見直しに向けた議論の加速

（２）都市の価値や魅力を高めるためのウォーカブルな街並み整備

交流需要を持続可能なものにするためには、道路空間の整備と利活用が欠かせない。東京都は、「東京都無電柱化計画（改定）」に基づき、震災対策上重要な位置付けにある緊急

輸送道路や環状七号線の内側エリア、利用者の多い主要駅等で重点的に整備を進めているが、観光客で混雑しているエリアにおいても、訪都客が安心して安全に往來することができるウォーカブルなインフラ整備が求められる。

東京における自転車専用レーンの延長距離は、パリ・ニューヨークを含む諸外国の都市と比較して低水準にある。例えば、マンハッタンで自転車専用レーンを整備したところ、小売店の売上が増加し、交通事故による負傷者が減少したというデータもある。自転車専用レーンの整備は、安全性と経済性の両立に資するものであり、東京においても車・自転車・歩行者の共存に向けて整備を推進すべきである。また、散歩しながら楽しむことができる歩行者利便増進道路（ほこみち）のさらなる普及とナイトタイムエコノミー活性化にも資する夜間の道路活用を含め、公共空間を民間の経済活動の場として開放する取り組みの一層の促進も検討されたい。

混雑している場所で大きなスーツケースを持ち歩くことは、往來の妨げとなるだけでなく危険である。「大型コインロッカーが不足している。訪日観光客は大きなスーツケースを複数個持ち歩いている等、荷物が大きいため、公共交通機関や飲食店内でスペースが取られ、混雑の一因となっている（観光協会）」との声があり、大型コインロッカーの設置も促進されたい。また、ゴミ箱や無料 Wi-Fi スポットの少なさは従前から指摘されており、改善に取り組まれない。さらに、疲れを癒したり景色を楽しんだりすることのできる公園や広場、ベンチ等の休憩場所は旅先で快適に過ごすために必要であり、整備が求められる。東京都は「ODAIBA ファウンテン(仮称)プロジェクト」等でにぎわいの場の創出に取り組んでおり、これらの取り組みを着実に推進されたい。

独自の言語を使用する日本において、訪日外国人が安心してスムーズに移動できるよう、直感的に理解しやすいピクトグラムの整備も推進されたい。東京都は「国内外旅行者のためのわかりやすい案内サイン標準化指針」を示しているが、都内と都外で同じものを表すピクトグラムの表記に違いがあると、混乱を招きかねない。国や他の道府県とも連携の上、統一したピクトグラムを作成、普及されたい。

- ◇ 訪都客が安心・安全に往來することができるウォーカブルなインフラ整備推進
- ◇ 歩行者利便増進道路（ほこみち）のさらなる普及
- ◇ 広場やベンチ等の休憩場所、大型ロッカー、ごみ箱、無料 Wi-Fi スポット等の拡充
- ◇ 統一された訪日客向けピクトグラムの整備

（３）観光 BCP とツーリズムを通じた被災地復興支援の体制整備

昨年発生した能登半島地震と奥能登豪雨は、周辺地域に甚大な被害をもたらした。また、今年発生した大船渡市の森林火災は東日本大震災で大きな被害を受けた地域にさらなる

打撃を与えた。都内においても、首都直下地震等のリスクは常にあり、ツーリズム産業に関わる事業者の BCP 策定の促進が求められる。

災害により訪都客が大幅に減少した際には、「もっと東京」や「Go To Eat Tokyo」等のような積極的な財政出動による交流需要喚起を図られたい。その際、人手不足にあえぐツーリズム関連事業者には運用面での配慮が欠かせない。現場で対応する事業者の負担や混乱を避けるためにも、運用面において事業者に配慮したスキームを平時より用意されたい。

また、災害発生時に道路や鉄道等の陸路での移動が困難となった際の移動や物資輸送手段確保のため、舟運機能（通勤船や遊覧船等）の維持・強化と栈橋の整備も求められる。

安心して日本を訪問してもらうためには、災害時の訪日外国人対応についても十分な備えが必要である。東京都は「外国人旅行者の安全確保のための災害時初動対応マニュアル」の発行や「観光事業者のための災害時対応力向上セミナー」等で事業者の災害時対応の強化を図っているが、これらの施策を維持されたい。また、情報提供や避難所等の多言語化、緊急連絡手段を平時から整備し、観光関連事業者や在日外国公館と連携して安全対策を周知されたい。

◇ 観光関連事業者の BCP 策定促進

◇ 災害時の観光需要喚起策の機動的な発動と継続支援

◇ 舟運機能の維持・強化と栈橋の整備

◇ 災害時の訪日外国人対応体制の整備

2. 国際文化都市東京の実現

世界に冠たる「国際文化都市東京」を実現するためには、都内各所に根差した多種多様な「歴史・文化の力」を最大限活用すべきである。特に国際競争力向上の観点から、世界の他の主要都市と比較して低位となっている分野の底上げと、従来から東京が強みとする分野におけるさらなる伸長の両面からの取り組みが求められる。

2024 年の「世界の都市総合力ランキング（Global Power City Index, : GPCI）⁴」（森記念財団都市戦略研究所）の分野別ランキングによれば、まちづくりに関連する分野のうち、東京は「文化・交流分野ランキング」において 1 位のロンドンにスコア上、大きく差を付けられた 3 位に甘んじている。同分野において東京が優位に立っている項目も少なくないが、ロンドンと大差が付いている要因のひとつが、「ナイトライフ充実度」である。「ナ

⁴ 世界の主要都市の「総合力」を経済・研究・開発、文化・交流、居住・環境、交通・アクセスの 6 分野で複眼的に評価し、順位付けしている。<https://www.mori-m-foundation.or.jp/ius/gpci/>

イトライフ充実度」は、項目別ランキングで昨年の 30 位から 8 位へと向上しているが、さらなる改善が求められる。

一方、東京のまちが有する強みとして、世界で広く人気を博している漫画・アニメ等のサブカルチャーや、90 件の国宝・重要文化財（建造物）と 105 件の東京都選定歴史的建造物（2024 年 12 月時点）が点在する江戸・東京が持つ歴史文化が挙げられる。また「アニメ産業レポート 2024⁵」（一般社団法人日本動画協会）によれば、2012 年に 2,408 億円だった日本のアニメ関連産業の海外市場規模は、2023 年には 1 兆 7,222 億円（前年比 18% 増）と急速に拡大しており、日本発のサブカルチャーとして認知されている。

「海外における対日世論調査」（外務省、2024 年）によれば、外国人が日本に対して抱いているイメージとして多くの国で「豊かな伝統と文化を持つ国」が 1～2 位になる等、日本の歴史と文化は海外で広く認知されている。このように、日本の歴史と文化が世界中に拡散され人気を得ている一方、それらの強みが観光消費拡大に十分に活かされているとは言い難い。ツーリズムの基幹産業化実現に向けて、東京の各地域に刻まれた歴史と文化を観光消費に繋げることは極めて重要である。

（１）ナイトタイムエコノミーのさらなる活性化による消費拡大

東京都は「ナイトタイム等における観光促進事業」や「東京の観光振興を考える有識者会議 ナイトタイム観光部会」等の取り組みのほか、都庁プロジェクションマッピングでもナイトタイムエコノミーの活性化に取り組んでおり、前述のとおりナイトライフ充実度は向上しているが、2030 年の訪都外国人消費額 4.5 兆円達成に向けて、マネタイズへの意識が欠かせない。国内外からの訪都客が、夜間に外出して楽しむだけでなく、消費に繋がるコンテンツの強化を促進されたい。

夜間の賑わいを創出するにあたっては、ナイトタイムコンテンツが発する音や光により地域住民の生活環境に悪影響を与えないよう、安全・安心な暮らしに十分配慮する必要がある。また、旅行者が安心してナイトライフを楽しめるよう、官民一体となってナイトタイムエコノミーを推進されたい。具体的には、ナイトタイム促進地区の導入や、住宅密集地からの距離の制限等、一定のルール設定に向けた地域住民との合意形成を図られたい。併せて、街路灯や防犯カメラの増設・整備にも取り組まれたい。

東京都は 2025 年度よりナイトタイム観光推進エリアの創出事業において推進地域を一地域のみ導入するが、同取組みを成功させ都市力向上に繋げていくためには、地域側の巻き込み、民間有識者との連携、地域数や予算額の拡大等が求められる。

⁵ 2009 年から毎年刊行されており、アニメ産業の市場規模や海外展開の状況等を多角的に調査している。

- ◇ マネタイズを意識したナイトタイムコンテンツの強化
- ◇ 地域住民の安全・安心な暮らしの維持を前提とした関係者の合意形成推進
- ◇ 官民一体となったナイトタイムエコノミーの推進

（２）多様な文化・習慣等への理解と配慮の促進

東京が国際文化都市として訪日外国人を多く受け入れるためには、多様な文化・習慣等への理解と配慮が欠かせない。日本は独自の文化を持つ国であるが、日本を訪れる外国人もまた、それぞれ異なる背景や価値観を持っており、必ずしも日本の常識が世界の常識とは限らないことを理解し、文化の違いを許容する姿勢が必要となる。例えば、ヴィーガンやベジタリアンといった食事の習慣、定期的な礼拝や断食、ハラール等の宗教的な慣習等、違いに配慮し気を配ることで、より良い交流が生まれる。異文化の理解に努め、国内外の観光旅行者を「おもてなしの心」を持って迎えるよう努める意識醸成を推進されたい。

また、言語の壁を越えるためのサポートや、観光地での多言語表示も重要となる。東京都は「東京都多言語相談ナビ（TMC Navi）」等において多言語対応に取り組んでいるが、訪日外国人の活用も踏まえ、これらを引き続き推進されたい。

さらに、都市のバリアフリー化や心のバリアフリーの浸透等、官民連携によるハード・ソフト両面での取り組みも重要となる。今秋には「デフリンピック」の開催を控える中、ユニバーサルツーリズムの推進により多様なニーズに応え、訪問地としての魅力を高めることが求められる。東京都は心のバリアフリーに対する社会的気運の醸成を図るため、従業員に対する意識啓発等に取り組む企業等を「心のバリアフリー」サポート企業として登録し、好事例企業を公開しているが、登録企業の更なる増加を通じて、年齢や子ども、障がいの有無にかかわらず安心して楽しむことができる国際文化都市東京を実現されたい。併せて、2021年に障害者差別解消法が改正され、昨年4月に義務化された「合理的配慮の提供」についても、周知徹底されたい。

- ◇ 宗教、食、生活習慣（常識）等、日本と異なる文化・習慣への理解促進
- ◇ 地域観光資源における多言語対応の推進
- ◇ 多様なニーズに応え、訪問地としての魅力を高めるユニバーサルツーリズムの推進

（３）江戸・東京の歴史・文化の保存と継承、魅力発信強化

東京は、江戸時代から続く豊かな歴史と多様な文化を持つ都市であり、その魅力は国内外から多くの訪問者を引き寄せている。しかし、急速な都市化やグローバル化の進展により、伝統的な文化や歴史的な景観が損なわれつつある。

東京に多数存在する大名屋敷跡等の歴史的建造物は老朽化が進んでおり、それらの維持・保全が求められる。歴史的建造物の防火・耐震・免震化を前提にした建物の保存修理費用の支援・固定資産税の減免等について検討されたい。また、歴史的価値を有している寺社の建造物について、檀家の減少等により維持・修繕費の捻出が困難な寺社を対象に、修繕費用を補助する等、歴史的建造物の保全を後押しされたい。

東京都においては、歴史的建造物の保全に対する助成制度を設けているが（東京都選定歴史的建造物に係る助成：保全工事に要する経費の「2分の1以内」かつ「400万円以内」等）、近隣の横浜市の助成制度と比較すると助成率や上限額において見劣りしていることは否めない（認定歴史的建造物に係る助成（横浜市）：外観保全に要する経費の「3分の2以内」かつ「6,000万円以内」等）。東京都はこうした歴史を活かしたまちづくり支援制度の好事例等制度の見直しを検討されたい。さらに、既存の建築物のリノベーション等により、魅力的な街並みを形成し賑わいを維持・創出する取り組みも重要である。このため、歴史的な街並みをはじめ、地域の個性を活かしたまちづくりを後押しされたい。

また、伝統文化や伝統芸能、地場産業等においては、担い手の高齢化と後継者不足が課題となっている。事業者からは「大勢働いていた職人のほとんどが引退または他界してしまった（革製品製造・卸業）」との声が上がっており、都市としての魅力を維持するために後継者育成が急務である。東京都は「江戸東京きらりプロジェクト」掲載企業等、かけがえのない「東京の宝」を絶やさぬよう、事業継続支援に取り組まれない。

さらに、国際文化都市東京の認知度を高めるためには、東京が持つ魅力を広く国内外に発信することも欠かせない。「インバウンド向けツアーを企画しており、海外向けサイトや留学生を通じてPRを行っているが、参加者が集まらない。国や都として、情報発信に関する支援をしていただけるとありがたい。（観光協会）」「人が集まっていない観光地の情報発信が重要。そのための支援を国が行うべき（商店街振興組合）」等の声があり、情報発信に対する行政への期待は高い。前述の「江戸東京きらりプロジェクト」等、東京が持つ観光資源のブランディングと情報発信の強化に引き続き取り組まれない。併せて、地域団体における「地域団体商標制度」の取得・活用促進を図られたい。

- ◇ 大名屋敷跡等の歴史的建造物の維持・保全に対する支援の拡充
- ◇ 伝統文化・伝統芸能等の技術伝承、事業継続支援
- ◇ 観光資源のブランディング、情報発信強化

3. 交流人口（相互交流）の拡大

交流人口の拡大は地域の未来を切り開く鍵となる。コロナ禍以降、三大都市圏（とりわけ東京・大阪・京都）への需要の集中が進んだことで、混雑緩和の取り組みの必要性が高

まった。ツーリズムが国の基幹産業として広く認知され、持続的に成長していくためには、現在一部に集中している需要を分散させ、人流を広く全国に拡大することが重要となる。

地方創生に向けて、受け入れる地方が魅力を高め・情報発信を強化することはもちろん、国は需要が集中している地域からの「送客」に力を入れる必要がある。東京都は観光公式サイト「GO TOKYO」の中で「東京から日本各地へ」というページを用意して東京から地方への送客に取り組んでいるが、他の道府県や各地のDMO、広域連携DMOとの横の繋がりを強化し、情報共有や連携を促進すべきである。

（１）人流増加に向けた取り組みの強化

「大阪・関西万博」が開幕し、今秋には「世界陸上」「デフリンピック」、2027年には「園芸博」の開催を控えており、今後も訪日需要のさらなる増加が期待される。国によると、「大阪・関西万博」の来場者は約2,820万人（うち訪日外国人350万人）、経済波及効果は約2.9兆円と試算している。東京都は、こうした重要イベントを起爆剤として、経済効果が開催地のみならず全国に波及するよう、集中的に施策の強化を図ることが必要である。具体的には、自治体や観光協会・DMO、ツーリズム関連事業者等と連携し、より質の高い魅力的な広域周遊ルートの構築を通じて、東京から地方都市への送客を推進されたい。地域DMOと自治体の連携による広域周遊促進の好事例として、DMO六本木と石川県がビジネスイベント参加者の滞在期間ならびにプレ・ポスト期間を充実したものとするため、共同でコンテンツを造成した例が挙げられる。東京都はこうした取り組みを支援すると共に、事例の横展開を推進されたい。

また、これまで国内の空港を乗り継ぎのために利用していたストップオーバー旅客、トランジット旅客の取り込みも、交流人口の拡大に資する。海外では、台湾の交通観光署（日本の観光庁に相当）が、トランジット旅客を対象に1日3回の無料半日ツアー（団体ツアー。朝・昼・夜の3部制）を提供している例があり、参加すれば台北市、新北市、桃園市を巡り、台湾の文化や歴史を学べるようになっている。また、ガイドなしで自由に散策するセルフツアーについては6つのコースを用意する等、積極的にトランジット旅客の取り込みを実施している。東京都においても、ストップオーバー旅客、トランジット旅客の取り込みを通じた交流人口の拡大を図られたい。

コロナ禍を契機に、リモートワークが急速に広がったこともあり、「デジタルノマド」や「ワーケーション」といった働く場所に捉われない働き方が普及した。東京観光財団の発表によると、デジタルノマドの市場規模は世界で約3,500万人、関連支出は約118兆円規模に達しており、わが国でも2024年4月に「デジタルノマドビザ」が解禁され、観光庁による環境整備が進められている。また、「ワーケーション」や「ブレジャー」といった柔軟な働き方、多様な休み方も生まれ、学校教育においては2023年より愛知県が全国

に先駆けて「ラーケーション」を導入し、徐々に広がりを見せている。これらの制度を活用することで、親の有給休暇取得が促進されるほか、親も子も地域との交流や地域資源に触れる機会を得ることができる。とりわけ、土日・祝日労働の割合が高い観光業・サービス業の従事者は、平日に家族と過ごす時間を確保することが可能となり、ラーケーションが定着すれば雇用促進、人手不足の緩和に寄与することが期待できる。東京都は、こうした休み方の多様化に関する動きを推奨し、国内旅行活性化、旅行需要の平準化に繋がりたい。

また、ツーリズム産業の振興については、訪日外国人の需要喚起策が議論されることが多いが、現時点で国内旅行消費額（25.2 兆円）は訪日外国人旅行消費額（8.1 兆円）の3倍以上の規模であることは見逃せない。国際情勢や、自然災害、感染症等で大きく人数が変動するリスクのある訪日外国人旅行だけではなく、国内旅行もバランスよく成長させることが肝要である。

- ☆ 大阪・関西万博、世界陸上、デフリンピック、園芸博等の大規模イベント開催を契機とした広域周遊の促進
- ☆ 東京から地方への送客促進による混雑緩和と地方創生
- ☆ ストップオーバー旅客、トランジット旅客の取り込み促進
- ☆ デジタルノマド、ワーケーション、ブレジャー、ラーケーションの促進
- ☆ 訪日外国人旅行と国内旅行のバランスの取れた需要喚起

（２）国内外から日本・東京へのビジネス誘客促進

MICE 開催を通じた主催者、参加者、出展者等の消費支出や関連の事業支出は、MICE 開催地域を中心に大きな経済波及効果を生み出す。MICE は会議開催、宿泊、飲食、観光等の経済・消費活動の裾野が広く、また滞在期間が比較的長いと言われており、1人当たりの平均消費額も高く、一般的な観光客以上に周辺地域への経済効果を生み出す。

MICE 開催を通じた国際・国内相互の人や情報の流通、ネットワークの構築、集客等はビジネスや研究環境の向上に繋がり、都市の競争力向上に資する。海外の多くの国・都市が、その経済成長戦略の達成手段の一つとして MICE を位置付け、戦略分野・成長分野における産業振興、イノベーション創出のためのツールとして国際会議や見本市を活用しており、東京都においても、MICE を都市の競争力向上のツールとして認識し、活用することが重要である。

MICE の中でも特に MI の参加者は費用やお土産（ギブアウェイ）等よりも、いかに特別な体験ができるかどうかに関心を持っている。ユニークベニユーは拡充されつつあるが、

リストに公開されている施設は誰でも使えるため、インセンティブとしての価値が薄れる。MI 参加者は自分達にしかできない体験を求めており、リスト化されて公開されているユニークベニューと富裕層向けのより高付加価値なユニークベニューを戦略的に区別した運用が求められる。

東京都が 2024 年から「国際会議誘致・開催支援事業」や「ハイブリッド型会議等開催資金助成」等で MICE 開催支援の参加者規模の要件を緩和した点を歓迎する。一方、参加国数の要件は「三か国以上」を維持している。PRMIE の中で 2030 年の国際会議開催数 3 位以内という目標を掲げているが、ICCA（International Congress and Convention Association：国際会議協会）等の国際基準に該当しない二か国間会議であっても、移動と交流に伴う経済効果は得られることを考慮し、支援対象の要件緩和を検討されたい。

また、国内会議であっても都外からの参加があれば、移動と交流に伴う経済効果は得られる。名古屋市や浜松市には MICE 支援メニューとして国内会議開催の助成制度もあり、東京都においても国内会議に対する助成制度を検討されたい。

東京都は、MICE4 団体（日本コンベンション協会、日本イベント産業振興協会、日本展示会協会、MPI Japan Chapter）や、各地の MICE 支援機関との連携を強化し、情報共有や共同プロモーションを推進されたい。

また、東京都は「MICE プロフェッショナル人材育成助成金」事業で MICE 誘致・開催に係る専門的なスキルやノウハウを持った世界に通用する人材育成を支援しているが、支援の上限額（1 名につき 30 万円）と申請可能人数（現在は同一プログラム・資格毎に 1 事業者につき 1 名まで）の増加を検討されたい。

- ◇ 助成要件緩和による二国間会議や国内 MICE を含めた MICE 開催支援の強化
- ◇ 各地の MICE 支援機関同士の連携強化
- ◇ 専門知識を有する MICE 人材の育成支援

（３）海外渡航需要の回復

過去最高を記録した訪日外国人に対し、2024 年の日本人出国者数は 1,300 万人と前年比で 35.2%伸びたものの、最も多かった 2019 年（2,008 万人）比で 65%程度に留まっている。国際交流の基本は双方向であり、相互理解の促進が国際間の良好な関係構築にも繋がり、ひいては訪日外国人市場の拡大にも資する。

日本旅行業協会（JATA）は JATA 海外旅行拡大プロジェクト「もっと！海外へ」を展開し、海外渡航の需要喚起を図っているが、東京都はこうした動きを積極的に支援されたい。

アウトバウンドの早期回復に向けては、海外旅行への機運醸成を図ることが必要であることから、今後も官民一体となり、各国・地域の政府観光局等とも連携しながら、海外旅

行ニーズに即した情報発信や、海外旅行商品の充実化に向けた支援を図ることで、相互交流の促進を強力に推進されたい。

外務省の旅券統計によると、2024 年末時点の有効旅券数は約 2077 万冊で、日本人の人口 1 億 2377 万人（2024 年 9 月確定値）に占める旅券保有率は 17.3%（約 6 人に 1 人）となった。2020 年 21.8%、2021 年 19.2%、2022 年 17.1%、2023 年 17.0%と減少の一途をたどっていた状況からはわずかに上昇に転じたものの、他国（アメリカ約 48%、韓国は約 45%、ドイツ 80%以上）と比べ低水準である状況に変わりはない。

若年層における海外渡航の促進は、国際感覚向上に資する教育的観点や、将来的な国際ビジネス往来の活性化等、中長期的な双方向交流拡大が期待できる。東京都は SNS 等を通じた若者向けの魅力的な情報提供に注力されたい。また、異文化交流等を含む付加価値の高い海外教育旅行プログラムの開発や海外留学の支援、姉妹都市交流等、次世代を担う人材育成のための国際交流プログラムを拡充し、海外渡航の機運醸成を図られたい。

- ☆ ニーズに即した情報発信や、海外旅行商品の充実化に向けた支援による相互交流促進
- ☆ 海外留学支援や姉妹都市交流等、次世代のツーリズム産業を担う人材育成のための国際交流プログラムの拡充

以 上

2 0 2 5 年 度 第 7 号
2 0 2 5 年 6 月 1 2 日
第 2 5 3 回 議 員 総 会 ・ 7 8 1 回 常 議 員 会 決 議